

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN PRODUK,
LOKASI, DAN SARANA PRASARANA TERHADAP
MINAT ORANG TUA DI MIN 2 KENDAL**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam



oleh:

NANIK MULYANI
NIM: 1503036024

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nanik Mulyani
Nim : 1503036024
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

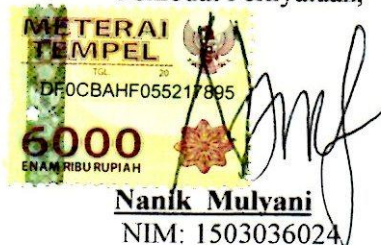
menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN PRODUK, LOKASI, DAN SARANA PRASARANA TERHADAP MINAT ORANG TUA DI MIN 2 KENDAL

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 19 Desember 2019

Pembuat Pernyataan,



Nanik Mulyani
NIM: 1503036024



KEMENTERIAN AGAMA R.I.
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus II) Ngaliyan Semarang
Telp. 024-7601295 Fax. 7615387

PENGESAHAN

Naskah skripsi dengan:

Judul : Pengaruh Strategi Pemasaran Produk, Lokasi, dan Sarana Prasarana Terhadap Minat Orang Tua di MIN 2 Kendal

NIM : 1503036024

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Program Studi : S1

Telah diujikan dalam sidang munaqasyah oleh dewan penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam.

Semarang, 27 Desember 2019

Dewan Penguji

Ketua,

Sekretaris

Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag

NIP. 19681212 199403 1 003

Agus Khunadfi, M.Ag.

NIP. 19760226 200501 1 004

Penguji I,

Penguji II

Dr. Fatkhuroji, M.Pd

NIP. 19770415 200701 1 033

Drs. M. Danusiri, M.Ag.

NIP. 19561129 198703 1 001

Pembimbing I,

Pembimbing II

Dr. Fahrurrozi, M.Ag.

NIP. 19770816 200501

Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag

NIP. 19681212 199403 1 003



NOTA DINAS

Semarang, 19 Desember 2019

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum wr.wb

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **PENGARUH STRATEGI PEMASARAN PRODUK,
LOKASI, DAN SARANA PRASARANA TERHADAP
MINAT ORANG TUA DI MIN 2 KENDAL**

Nama : Nanik Mulyani

Nim : 1503036024

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diajukan dalam Sidang Munaqasyah.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Pembimbing I,



Dr. Fahrurrozi, M.Ag.

NID. 19770816 200501 1 003

NOTA DINAS

Semarang, 19 Desember 2019

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum wr.wb

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **PENGARUH STRATEGI PEMASARAN PRODUK, LOKASI, DAN SARANA PRASARANA TERHADAP MINAT ORANG TUA DI MIN 2 KENDAL**

Nama : Nanik Mulyani

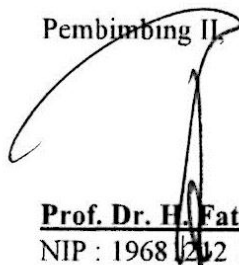
Nim : 1503036024

Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diajukan dalam Sidang Munaqasyah.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Pembimbing II,



Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag.

NIP : 19681212 199403 1 003

ABSTRAK

Nanik Mulyani, 2019. Pengaruh Strategi Pemasaran Produk, Lokasi, dan Sarana Prasarana Terhadap Minat Orang Tua di MIN 2 Kendal.
Dr. Fahrurrozi, M.Ag. Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag.

Di era modern ini persaingan antar lembaga pendidikan sangatlah ketat untuk menarik minat orang tua dalam memilih lembaga pendidikan yang diharapkan, setiap lembaga pendidikan memiliki strategi pemasaran yang beragam. Adapun rumusan masalah penelitian ini 1) apakah terdapat pengaruh strategi pemasaran produk terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal? 2) apakah terdapat pengaruh strategi pemasaran lokasi terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal? 3) apakah terdapat pengaruh strategi pemasaran sarana prasarana terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal? 4) apakah strategi pemasaran produk, lokasi, dan sarana prasarana secara bersama-sama terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Responden penelitian berjumlah 87 orang tua siswa. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi sederhana dan teknik analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang signifikan antara produk pendidikan terhadap minat yaitu 53,999 2) terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi pendidikan terhadap minat yaitu 840,039. 3) terdapat pengaruh yang signifikan antara sarana prasarana terhadap minat yaitu 266,30. 4) terdapat pengaruh yang signifikan antara produk, lokasi dan sarana prasarana terhadap minat yaitu 376,167.

Adapun saran dari penelitian ini untuk pihak MIN 2 Kendal yaitu 1) produk pendidikan hendaknya ditingkatkan dengan menawarkan program kegiatan yang lebih inovatif 2) kondisi lingkungan, kebersihan, dan kenyamanan madrasah hendaknya harus lebih diperhatikan 3) sarana prasarana yang sudah ada hendaknya dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya.

Kata Kunci: Produk, Lokasi, Sarana Prasarana, Minat

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab-Latin dalam disertasi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan nomor : 0543B/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	A	ط	ṭ
ب	B	ظ	ẓ
ت	T	ع	‘
ث	Ṣ	غ	g
ج	J	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	Kh	ك	k
د	D	ل	l
ذ	Ẓ	م	m
ر	R	ن	n
ز	Z	و	w
س	S	ه	h
ش	Sy	ء	’
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Bacaan Madd:

ā = a panjang
i = i panjang
 ū = u panjang

Bacaan diftong:

au = أَوْ
 ai = أَيَّ
 iy = إِيَّ

MOTTO

Stop Dreaming And Start Doing

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, pemimpin seluruh umat manusia, dan semoga pula tercurah atas keluarga dan para sahabat yang menjadi sumber ilmu dan hikmah.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada semua pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati dan rasa hormat yang dalam penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Rektor UIN Walisongo Semarang, Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang, Dr. Lift Anis Ma'shumah, M.Ag.
3. Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Dr. Fatkuroji, M.Pd., dan Sekretaris Jurusan Manajemen Pendidikan Islam Agus Khunaifi, M.Ag, yang telah mengizinkan pembahasan skripsi ini.
4. Pembimbing I, Dr. Fahrurrozi, M.Ag. dan Pembimbing II, Prof. Dr. H. Fatah Syukur, M.Ag. yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk selalu memberikan bimbingan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Dosen Wali Studi Prof. Dr. Hj. Nur Uhbiyati, M.Pd. yang senantiasa membimbing penulis selama masa studi, dan segenap

dosen, pegawai dan seluruh civitas akademika di lingkungan UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan berbagai pengetahuan dan pengalaman selama di bangku perkuliahan.

6. Kepala MIN 2 Kendal Bapak. Nur Mukidin, M.Pd, beserta jajarannya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian dan membantu penulis dalam proses penelitian.
7. Bapak Sukaemi dan Ibu Chofiyatul Mardliyah yang tiada henti-hentinya mencurahkan doa-doa, motivasi, nasihat, dukungan, dan kasih sayang kepada penulis selama ini, sehingga dapat dijadikan motivasi dalam menulis skripsi ini.
8. Teman-Teman perjuangan MPI 2015 khususnya MPI A yang senantiasa mengajak dan membimbing penulis dalam kebaikan.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan yang telah dilakukan. Penulis menyadari tentulah masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, oleh karenanya kritik dan saran konstruktif amat penulis nantikan. Semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini dapat bermanfaat. Amin.

Semarang, 19 Desember 2019

Penulis

Nanik Mulyani
NIM 1503036024

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS.....	iv
ABSTRAK	vi
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	7

BAB II PENGARUH STRATEGI PEMASARAN PRODUK, LOKASI, DAN SARANA PRASARANA TERHADAP MINAT ORANG TUA

A. Kajian Teori.....	9
1. Pengaruh Strategi Pemasaran Produk	9
a. Pengertian Produk.....	9
b. Produk Jasa.....	11
c. Produk Jasa Pendidikan	12
d. Karakteristik Jasa.....	13
2. Pengaruh Strategi Pemasaran Lokasi	15
a. Pengertian Lokasi	15
b. Lokasi Pendidikan	17

3. Pengaruh Strategi Pemasaran Sarana Prasarana..	20
a. Pengertian Sarana Fisik atau Sarana Prasarana	20
b. Ketentuan Prasarana dan Sarana	22
c. Jenis Bukti Fisik atau Sarana Prasarana	25
d. Mengelola Bukti Fisik atau Sarana Prasarana	26
4. Minat	27
a. Pengertian Minat	27
b. Minat Beli.....	28
c. Jenis-jenis Minat Beli	30
B. Kajian Pustaka	31
B. Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian	35
C. Populasi dan Sampel Penelitian	35
D. Variabel dan Indikator Penelitian	36
E. Teknik Pengumpulan Data	39
F. Teknik Analisis Data	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum MIN 2 Kendal	53
B. Deskripsi Data Penelitian.....	55
C. Analisis Data Penelitian.....	80
D. Pembahasan Hasil Penelitian	115
E. Keterbatasan Penelitian.	124

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	125
B. Saran.....	126
C. Penutup.....	127

DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN.....	133
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	147

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel Populasi	36
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Angket Penelitian	37
Tabel 3.3	Tabel Alternatif Skor Jawaban	41
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel X_1 (Produk).....	42
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Variabel X_2 (Lokasi)	43
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Variabel X_3 (Sarana Prasarana....	44
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat)	45
Tabel 3.8	Uji Reliabilitas Variabel X_1, X_2, X_3, Y	46
Tabel 3.9	Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	47
Tabel 4.1	Skor Kuesioner Produk.....	56
Tabel 4.2	Distribusi Skor Mean (Produk).....	59
Tabel 4.3	Produk	61
Tabel 4.4	Skor Kuesioner Lokasi	61
Tabel 4.5	Distribusi Skor Mean (Lokasi)	66
Tabel 4.6	Lokasi.....	67
Tabel 4.7	Skor Kuesioner Sarana Prasarana (X_3)	68
Tabel 4.8	Distribusi Skor Mean (Sarana Prasarana)	72
Tabel 4.9	Sarana Prasarana	73
Tabel 4.10	Skor Kuesioner Minat	74
Tabel 4.11	Distribusi Skor Mean (Lokasi)	78
Tabel 4.12	Minat	79
Tabel 4.13	Tabel Penolong Regresi.....	80
Tabel 4.14	Koefisien Korelasi $X_1 Y$	84
Tabel 4.15	Tingkat Koefisien $X_1 Y$	84
Tabel 4.16	Koefisien Korelasi $X_2 Y$	94
Tabel 4.17	Tingkat Koefisien $X_2 Y$	94
Tabel 4.18	Koefisien Korelasi $X_3 Y$	103
Tabel 4.19	Tingkat Koefisien $X_3 Y$	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Angket Penelitian.....	133
Lampiran 2	Uji Validitas	139
Lampiran 3	Uji reliabilitas	143
Lampiran 4	Surat Ijin Riset	144
Lampiran 5	Surat Keterangan Riset.....	145
Lampiran 6	Surat Penunjukan Dosen Pembimbing	146
Lampiran 7	Daftar Riwayat Hidup	147

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang ini, manusia harus selalu dituntut meningkatkan proses berpikir melalui penciptaan dan perbaikan. Dengan harapan agar peradaban manusia semakin meningkat seiring dengan perkembangan jaman. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan melalui pendidikan.¹

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang SISDIKNAS, pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.²

Untuk itu, pemerintah berkewajiban memenuhi hak setiap warga negara dalam memperoleh layanan pendidikan guna meningkatkan kualitas hidup bangsa sebagaimana diamanatkan dalam Undang-undang Dasar 1945. Wajib belajar 9 tahun merupakan pelaksanaan Undang-undang Dasar 1945, yang tercantum dalam pasal 31 yang menegaskan bahwa setiap warga negara berhak mendapatkan pendidikan dan setiap warga negara

¹ <https://newspetropol.com/indonesia-pintar-wajib-belajar-12-tahun-gratis/> Diakses pada tanggal 1 Agustus 2019 pukul 08.47 WIB.

² Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang SISDIKNAS

wajib mengikuti pendidikan dasar dan pemerintah wajib membiayainya.³

Selain itu, juga dipertegas lagi dalam Undang-undang nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional dalam pasal 6 ayat 1 yang menegaskan bahwa setiap warga negara yang berusia tujuh sampai dengan lima belas tahun wajib mengikuti pendidikan dasar.⁴

Secara nasional wajib belajar di Indonesia adalah 9 tahun. Akan tetapi, pada setiap daerah tergantung kesiapan dan kemampuan daerah masing-masing yang diatur melalui peraturan daerah. Namun, secara nasional agar terlaksananya program pemerintah yakni Program Indonesia Pintar (PIP) melalui penerbitan Kartu Indonesia Pintar (KIP) dengan Permendikbud Nomor 19 tahun 2016 pasal 2 huruf a usia wajib belajar adalah 6 tahun sampai 21 tahun atau tamat satuan pendidikan menengah sebagai rintisan wajib belajar 12 tahun.⁵

Madrasah Ibtidaiyah (MI) adalah jenjang paling dasar pada pendidikan formal yang setara dengan sekolah dasar, yang pengelolaannya dilakukan oleh kementrian agama. Lulusan madrasah ibtidaiyah dapat melanjutkan pendidikan ke madrasah

³ <https://www.rijal09.com/20166/03/pemerataan-pendidikan-di-indonesia.html?m=1> Diakses pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 18.50 WIB.

⁴<https://yuridis.id/landasan-hukum-wajib-belajar-9-tahun/> Diakses pada tanggal 1 Agustus 2019 pukul 09.11 WIB.

⁵ <http://hp3342.wordpress.com/2018/05/26/dasar-hukum-wajib-belajar-12-tahun/> Diakses pada tanggal 1 Agustus 2019 pukul 09.28 WIB.

tsanawiyah atau sekolah menengah pertama. Adapun kurikulum madrasah ibtidaiyah sama dengan kurikulum sekolah dasar hanya saja madrasah ibtidaiyah terdapat porsi lebih banyak mengenai pendidikan agama Islam.⁶

MIN 2 Kendal merupakan salah satu Madrasah Ibtidaiyah Negeri yang ada di kota Kendal, di bawah naungan Kementerian Agama, yang mempunyai siswa berjumlah 258 yang terbagi ke beberapa jenjang dari kelas 1 sampai kelas 6.⁷

Di kecamatan kota Kendal ada sekitar 40 satuan pendidikan dasar yang terdiri dari Sekolah Dasar negeri maupun swasta, dan ada 2 Madrasah Ibtidaiyah Negeri yaitu MIN 1 Kendal dan MIN 2 Kendal.⁸

Saat ini persaingan antar lembaga pendidikan khususnya satuan pendidikan dasar sangatlah ketat. Untuk menarik minat calon konsumen, dalam hal ini adalah orang tua maka setiap lembaga pendidikan memiliki strategi pemasaran yang tepat agar menarik minat para calon konsumen. Pada umumnya konsumen akan tertarik pada lembaga pendidikan yang mempunyai beberapa faktor pemasaran yang diunggulkan seperti program kegiatan yang ditawarkan, lokasi yang strategis, serta sarana prasarana yang memadai.

⁶ http://id.m.wikipedia.org/wiki/Madrasah_ibtidaiyah Diakses pada tanggal 13 Juni pukul 20.17 WIB.

⁷ Dokumentasi MIN 2 Kendal, Pada tanggal 29 Oktober 2019.

⁸ <https://referensi.data.kemdikbud.go.id/index11.php?kode=032417&level=3> Diakses pada tanggal 1 Agustus 2019 pukul 08.47 WIB.

Menurut Philip Kotler dalam buku Danang Sunyoto *“marketing is social and managerial process by which individuals and group obtain what they need and what through creating, offering, and exchanging product of value with other.”* Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Konsep pemikiran adalah dasar pemikiran bagaimana caranya aktivitas pemasaran dapat dilaksanakan berdasarkan suatu filsafat yang mantap, yang mengungkap pemasaran yang tanggap dan bertanggung jawab.⁹

Produk pendidikan di MIN 2 Kendal dapat dilihat dari program kegiatan yang ditawarkan. Adapun program kegiatan yang ditawarkan di MIN 2 Kendal masih belum sepenuhnya dapat berjalan dengan baik, sehingga mempengaruhi minat orang tua.

Lokasi MIN 2 Kendal berada di Jalan Islamic Centre kelurahan Bugangin Kendal dan kelurahan Jetis Kendal berada disebelah selatan kurang lebih 0,5 km dari induk MIN 2 Kendal. Sehingga gedung pembelajaran yang digunakan di MIN 2 Kendal terpisah dan mengakibatkan kurang efektif, sehingga mempengaruhi minat orang tua.

⁹ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm.18.

Sarana prasarana MIN 2 Kendal yang masih kurang, karena gedung yang berada di kelurahan Jetis masih menumpang di gedung MDA "*Hidayatul Mubtadiin*". Selain itu, adanya kelas yang jauh serta kultur siswa MIN 2 Kendal yang beragam, sehingga mempengaruhi minat orang tua.

Meski ada banyak faktor yang mempengaruhi pemasaran pendidikan, diantaranya produk dalam wujudnya program kegiatan, promosi, strategi SDM, sarana fisik, proses pendidikan, harga, dan lokasi pendidikan. Dari pembahasan diatas ada dugaan bahwa pemilihan lembaga pendidikan dalam hal ini adalah jenjang pendidikan dasar akan dijadikan referensi pilihan orang tua dalam memilih lembaga pendidikan yang diinginkan dipengaruhi oleh produk pendidikan yang ditawarkan, lokasi yang strategis, serta sarana prasarana yang memadai. Jadi dari latar belakang tersebut maka peneliti tertarik meneliti dengan judul "Pengaruh Strategi Pemasaran Produk, Lokasi, dan Sarana Prasarana Terhadap Minat Orang Tua di MIN 2 Kendal".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh strategi pemasaran produk terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal?
2. Apakah terdapat pengaruh strategi pemasaran lokasi terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal?

3. Apakah terdapat pengaruh strategi pemasaran sarana prasarana terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal?
4. Apakah strategi pemasaran produk, lokasi, dan sarana prasarana pendidikan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi pemasaran produk terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi pemasaran lokasi terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi pemasaran sarana prasarana terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis secara bersama-sama pengaruh strategi pemasaran produk, tempat, dan sarana prasarana pendidikan terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang mendalam dan komprehensif terhadap peneliti khususnya dan lembaga terkait. Secara ideal penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dari beberapa aspek, diantaranya:

1. Secara teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran khususnya dalam bidang pemasaran dan minat orang tua dalam memilih lembaga pendidikan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk peneliti lain yang akan mengadakan penelitian serupa di masa yang akan datang.

2. Secara praktis

- a. Bagi Sekolah

Sebagai evaluasi kinerja lembaga pendidikan untuk memperbaiki sekolah ke arah yang lebih baik. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar kebijakan atau strategi untuk membangun hubungan antara lembaga pendidikan dengan *stakeholder* dalam meningkatkan minat.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan pertimbangan mengenai pemasaran jasa pendidikan dan minat *stakeholder* di MIN 2 Kendal.

BAB II

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN PRODUK, LOKASI, DAN SARANA PRASARANA TERHADAP MINAT ORANG TUA

A. Deskripsi Teori

Dalam deskripsi teori akan diuraikan empat pembahasan, yaitu strategi pemasaran produk, lokasi, sarana prasarana dan minat. Keempat pembahasan tersebut akan terbagi menjadi sub-sub pembahasan sesuai dengan cakupan teori yang diperlukan dalam penelitian ini.

1. Pengaruh Strategi Pemasaran Produk

a. Pengertian Produk

Produk dalam pengertian sempit sering diartikan sebagai barang yang diperjual belikan. Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong dalam bukunya, “*Principles of Marketing*” menjelaskan produk adalah sebagai berikut, *a product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need. Product include more than just tangible objects, such as cars, computers, or mobile phones. Broadly defined, product also include services, events, persons, place, organizations, information and ideas or a mixture of these.*”¹ (Artinya produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk mencakup lebih dari sekedar objek yang nyata seperti mobil, komputer atau telepon seluler. Definisi secara luas

¹ Philip Kotler and Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, (England: Pearson Education, 2016), p. 256.

juga mencakup layanan, event, orang, tempat, organisasi, dan ide atau yang lainnya.)

Alma mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang dihasilkan dan ditawarkan ke konsumen haruslah produk berkualitas. Sebab konsumen tidak senang terhadap produk yang kurang bermutu.²

Produk merupakan hal yang paling mendasar yang akan menjadikan preferensi pilihan bagi *stake holder*. Bauran produk dalam strategi ini dapat berupa diferensiasi produk terhadap mutu produk. Misalnya muatan lokal apa yang tersedia pada suatu sekolah/ madrasah, layanan akademik, dan layanan administratif. Demikian pula performance dari lulusan sekolah atau madrasah turut mempengaruhi pilihan *stake holder*.³

Melalui produk, produsen dalam hal ini adalah lembaga pendidikan dapat memanjakan konsumen (*stake holder*). Karena dari produk akan dapat diketahui seberapa besar kepuasan dan kebutuhan akan produk dalam kehidupan konsumen.⁴

Pada dasarnya produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh seseorang atau organisasi yang mempunyai manfaat, baik berupa benda nyata maupun abstrak atau tidak

² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 284.

³ Muhaimin, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, (Bandung, Prenada Media, 2015), hlm. 109.

⁴ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 36.

berwujud yang tujuannya adalah untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.⁵

b. Produk Jasa

Jasa secara sederhana dapat dikatakan sebagai pelayanan dari seseorang kepada orang lain. Jasa juga dapat dikatakan dengan pelayanan yang diberikan oleh seseorang, baik yang dapat dilihat maupun yang tidak dapat dilihat, yang hanya bisa dirasakan dengan fasilitas yang tersedia. Secara lebih luas jasa merupakan setiap tindakan atau aktivitas dan bukan benda yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik, tetapi konsumen terlibat secara aktif dalam proses produksi dan tidak menghasilkan kepemilikan.⁶

Dalam konteks lembaga pendidikan jasa diterapkan secara keseluruhan, tidak hanya membutuhkan dorongan eksternal tapi juga membutuhkan dorongan internal untuk memotivasi dosen, guru, maupun karyawan secara interaktif agar tercipta suatu keahlian dalam lembaga pendidikan sebagai penyedia jasa.⁷

⁵ Meinarti Puspaningtyas, *Analisis Strategi Pemasaran Jasa*, (Jurnal Dinamika Dotcom, Vol.2, No. 1), hlm.60.

⁶ Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 15-17.

⁷ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 153.

Produk jasa menurut Kotler merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan dapat berupa barang fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan ide.⁸

Produk jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud, cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Sesungguhnya pelanggan tidak membeli barang atau jasa tetapi membeli manfaat dan nilai dari sesuatu yang ditawarkan.⁹

c. Produk Jasa Pendidikan

Produk pendidikan atau yang lebih dikenal dengan produk jasa pendidikan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta konsumen lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Adapun produk jasa lembaga pendidikan yang ditawarkan kepada siswa diantaranya:

⁸ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, hlm. 50.

⁹ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 156.

- 1) Reputasi atau mutu pendidikan
- 2) Prospek yang cerah bagi siswa setelah lulus dari lembaga pendidikan.
- 3) Variasi pilihan.¹⁰

Dalam kegiatan pemasaran, khususnya lembaga pendidikan hendaknya seorang *marketer* yang baik tidak akan membiarkan orang lain tertipu dengan produk yang ditawarkan, karena hal tersebut dapat membuat konsumen kecewa. Rasa kecewa konsumen itulah yang mampu menurunkan kepercayaan dan berakibat pada citra lembaga. Sebagaimana firman Allah Swt dalam Al-Qur'an surat Al-Zalzalah ayat 7-8

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula.

Pada dasarnya produk pendidikan merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada masyarakat yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

d. Karakteristik Jasa

Jasa dan produk memiliki karakteristik yang berbeda. Karakteristik utama yang membedakan jasa dengan produk adalah sifat jasa yang tidak dapat dilihat dan konsumen harus

¹⁰ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima...*, hlm. 304.

terlibat aktif dalam proses penyampaian jasa.¹¹ Dalam hal ini peran lembaga pendidikan sangat penting, karena mereka yang menentukan apakah penyampaian jasa berhasil atau tidak.¹²

Dalam lembaga pendidikan jasa merupakan input karena kepemilikan jasa hanya dapat dirasakan oleh pelanggan. Jasa dapat diukur melalui produktivitas pelayanan, cara pengukuran produktivitas pelayanan, keterkaitan produktivitas pelayanan dengan kualitas pelayanan dan keuntungannya, serta bagaimana meningkatkan produktivitas dan memperbaiki kualitas. Jasa memiliki beberapa karakteristik diantaranya:

- 1) Jasa tidak berwujud dan hanya dapat dirasakan. Dalam hal ini pembeli akan mencari bukti jasa dari mutu jasa. Adapun tugas utama penyedia jasa adalah mengelola bukti fisik untuk mewujudkan yang tidak berwujud.
- 2) Bervariasi atau berbeda-beda karena tergantung pada siapa yang menyediakan jasa, kapan, dan dimana jasa disampaikan.
- 3) Tidak terpisahkan, jasa dapat dirasakan secara bersamaan antara waktu produksi dan konsumsi.
- 4) Jasa tidak mungkin disimpan dalam persediaan.
- 5) Distribusi jasa bersifat langsung dari produsen ke konsumen.¹³

¹¹ Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm.84

¹² Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu...*, hlm.19.

¹³ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, hlm. 244.

2. Pengaruh Strategi Pemasaran Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Secara singkat lokasi merupakan tempat dimana suatu aktivitas dilakukan. Menurut Kotler lokasi (*place*) adalah suatu strategi yang menentukan dimana dan bagaimana lembaga pendidikan atau organisasi menjual suatu produk.¹⁴

Menurut Rambat Lupiyoadi, lokasi berhubungan dengan dimana lembaga pendidikan bertempat dan melakukan operasional kegiatannya. Dalam hal ini lokasi merupakan faktor terpenting dalam tercapainya keberhasilan suatu lembaga pendidikan.¹⁵

Place dalam *service* merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Pemilihan distribusi dan saluran jasa sangat tergantung pada karakteristik jasa dan permintaan khusus pasar.¹⁶

¹⁴ Haris Hermawan, “ Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen dalam Pembelian Roti Ceria di Jember”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, (Vol.1, No.2, tahun 2015), hlm. 156.

¹⁵ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, hlm..., 42.

¹⁶ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen...*, hlm. 65.

Selain itu, lokasi juga dapat dipandang sebagai “*place is the distribution channel techniques that the service business adopts to provide the facilities to its market in a manner that meets, if not exceeds, customer expectations*”¹⁷ Artinya lokasi adalah teknik saluran distribusi jasa yang digunakan dalam kegiatan bisnis jasa untuk menyediakan fasilitas pasar dengan cara memenuhi, dan tidak melebihi ekspektasi pelanggan.

Pemilihan tempat atau lokasi memegang peranan yang sangat penting bagi sebuah lembaga pendidikan. Karena lokasi atau tempat dapat menarik minat konsumen untuk membeli sebuah produk yang ditawarkan. Lokasi pendidikan yang mudah dijangkau dan strategis lebih mudah untuk diminati konsumen.¹⁸

Lokasi berhubungan erat dengan keputusan yang dibuat oleh organisasi mengenai dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan, yang paling penting dari lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat.¹⁹ Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

¹⁷ Doaa Salman, dkk, “ A New Marketing Mix Model to Rescue The Hospitality Industry: Evidence from Egypt after The Arab Spring”, *Future Business Journal*, (Vol. 3, tahun 2017), hlm. 54.

¹⁸ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima...*, hlm. 309.

¹⁹ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen...*, hlm. 55.

- 1) Konsumen mendatangi pemberi jasa
Apabila keadaannya seperti ini, maka lokasi menjadi sangat penting. Sebuah organisasi sebaiknya memilih tempat yang dekat dengan konsumen, sehingga mudah terjangkau dan strategis
- 2) Pemberi jasa mendatangi konsumen.
Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
- 3) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung.
Dalam hal ini pemberi jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana komunikasi tertentu seperti telepon, komputer, atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi kurang penting selama komunikasi kedua pihak dapat terlaksana.²⁰

Lokasi bisa diukur melalui seberapa strategis tempat, fasilitas yang didapat oleh calon konsumen, serta kemudahan dalam mengakses lokasi tersebut. Lokasi dan saluran penjualan meliputi pertimbangan mengenai cara penyampaian produk kepada pelanggan dan dimana produk harus ditempatkan.

b. Lokasi Pendidikan

Penting tidaknya sebuah lokasi sangat tergantung pada jenis jasa pendidikan yang ditawarkan. Menurut Cowell, telah meringkas beberapa kunci yang harus dipertimbangkan oleh lembaga pendidikan dalam jasa pendidikan diantaranya:

²⁰ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*,... hlm. 61.

- 1) Apa yang diperlukan pasar? Bila jasa tidak tersedia di suatu lokasi yang nyaman pembelian jasa akan terhambat. Selain itu, menyebabkan pelanggan merubah pikiran atau merubah pilihan mereka.
- 2) Kecenderungan apa yang ada dalam sektor aktivitas jasa dimana lembaga pendidikan dijalankan? Apakah persaingan dapat memasuki pasar sasaran.
- 3) Sejauh mana kefleksibelan jasa? Apakah jasa berorientasi dengan teknologi atau orang dan sejauh mana kefleksibelannya terpengaruh oleh lokasi?
- 4) Apakah lembaga pendidikan mempunyai kewajiban untuk menempatkan jasa di suatu lokasi yang nyaman?
- 5) Apakah sistem prosedur atau teknologi baru dapat dipakai untuk mengatasi kelemahan keputusan lokasi yang lama?
- 6) Sejauh mana kepentingan jasa pelengkap terhadap keputusan lokasi?
- 7) Apakah lokasi organisasi sejenis mempengaruhi keputusan lokasi?

Pertanyaan-pertanyaan diatas dapat digunakan oleh pemasaran jasa untuk membuat keputusan mengenai lokasi. Selain itu, pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor, diantaranya:

- 1) Akses, yaitu kemudahan untuk menjangkau lokasi pendidikan.
- 2) Visibilitas, yaitu lokasi pendidikan dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Lalu lintas (*traffic*), yaitu ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, diantaranya banyaknya orang yang lalu lalang dapat memberikan peluang besar terjadinya *impulse buying* dan kepadatan, serta kemacetan lalu lintas bisa menjadi hambatan.
- 4) Tempat parkir yang luas dan aman.
- 5) Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang luas untuk perluasan di kemudian hari.
- 6) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
- 7) Persiapan, yaitu lokasi dengan pesaing pesaing.
- 8) Peraturan pemerintah.²¹

Penentuan lokasi pendidikan akan mempengaruhi calon pelanggan dalam menentukan pilihannya. Merumuskan suatu lokasi pendidikan harus dipertimbangkan dengan baik. Karena lokasi yang strategis memiliki daya tarik bagi konsumen. Sehingga konsumen akan berminat untuk membeli produk jasa yang ditawarkan.

²¹ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 161.

3. Pengaruh Strategi Pemasaran Sarana Prasarana

a. Pengertian Sarana Fisik atau Sarana Prasarana

Bukti fisik adalah lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur *tangible* apa saja yang digunakan untuk mengomunikasikan atau mendukung peranan jasa tersebut.²²

Selain itu, bukti fisik merupakan suatu lingkungan dimana jasa disampaikan kepada konsumen dan merupakan tempat dimana perusahaan dapat berinteraksi dengan konsumen, dan didalamnya terdapat komponen-komponen berwujud (nyata) yang akan memfasilitasi kinerja atau proses komunikasi dari suatu jasa.²³

Dalam Al-Qur'an juga dapat ditemukan ayat-ayat yang menunjukkan pentingnya sarana dan prasarana dalam pendidikan. Al-Qur'an menjelaskan bahwa alam yang diciptakan Allah Swt dapat dijadikan sebagai sarana belajar. Sebagaimana dijelaskan dalam surat An-Nahl pada ayat ke 68 dan 69 yang berbunyi:

وَأَوْحَىٰ رَبُّكَ إِلَى النَّحْلِ أَنْ اتَّخِذِي مِنَ الْجِبَالِ بُيُوتًا وَمِنَ الشَّجَرِ وَمِمَّا يَعْرِشُونَ ﴿٦٨﴾ ثُمَّ كُلِي مِن كُلِّ الثَّمَرَاتِ فَاسْلُكِي سُبُلَ رَبِّكِ ذُلُلًا يَخْرُجُ

²² Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa...*, hlm.89.

²³ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 156.

مِنْ بُطُونِهَا شَرَابٌ مُخْتَلِفٌ أَلْوَانُهُ فِيهِ شِفَاءٌ لِلنَّاسِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً
لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٦٩﴾

Dan Tuhanmu mewahyukan kepada lebah: “buatlah sarang-sarang di bukit-bukit, di pohon-pohon kayu, dan tempat-tempat yang dibikin manusia”, kemudian makanlah dari tiap-tiap (macam) buah-buahan dan tempuhlah jalan Tuhanmu yang telah dimudahkan (bagimu). Dari perut lebah itu ke luar minuman (madu) yang bermacam-macam warnanya, di dalamnya terdapat obat yang menyembuhkan bagi manusia. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda (kebesaran Tuhan) bagi orang-orang yang memikirkan.

Ayat diatas menerangkan bahwa lebah bisa menjadi media atau alat bagi orang-orang yang berpikir untuk mengenal kebesaran Allah yang pada gilirannya akan meningkatkan keimanan dan kedekatan (*taqarrub*) seorang hamba kepada Allah Swt. Nabi Muhammad Saw dalam mendidik sahabatnya juga selalu menggunakan alat atau media, baik berupa benda maupun non benda. Salah satu alat yang digunakan Rasulullah dalam memberikan pemahaman kepada para sahabatnya adalah dengan menggunakan gambar.²⁴

Dalam lembaga pendidikan, bukti fisik merupakan sarana prasarana yang mendukung proses penyampaian jasa pendidikan sehingga akan membantu tercapainya janji lembaga pendidikan kepada pelanggannya.

Sarana fisik dalam lembaga pendidikan memegang peranan yang penting yaitu *“physical facilities help an educational institution to increase the tangibility of its offering*

²⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Tafsirnya: Edisi yang Disempurnakan*, (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), hlm. 345-347.

and include every aspect related to built-environment, equipments, technical infrastructure, course book, etc”²⁵. Artinya fasilitas fisik membantu lembaga pendidikan untuk meningkatkan penawarannya dan mencakup setiap aspek yang terkait dengan lingkungan, bangunan, peralatan, infrastruktur teknis, buku pelajaran dan lain-lain.

Sarana fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang terdapat dalam sarana fisik meliputi lingkungan fisik, dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, dan barang-barang lainnya.²⁶

b. Ketentuan Prasarana dan Sarana

Sebuah Sekolah Dasar atau Madrasah Ibtidaiyah sekurang-kurangnya memiliki prasarana dan sarana sebagai berikut:

- 1) Ruang kelas yang dilengkapi dengan sarana sebagai berikut:
 - a) Perabot yang meliputi kursi peserta didik, meja peserta didik, kursi guru, meja guru, lemari, rak hasil karya peserta didik, dan papan pajang.
 - b) Peralatan pendidikan yang meliputi alat peraga.
 - c) Media pendidikan yang meliputi papan tulis.
 - d) Perlengkapan lain yang meliputi tempat sampah, tempat cuci tangan, jam dinding dan soket listrik.

²⁵ Alina Filip, “Marketing Theory Applicability in Higher Education”, *Social and Behavioral Sciences*, (Vol.46, tahun 2012), hlm. 915.

²⁶ Abdillah Mundir, “Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah” , (Vol. 7, No.1, tahun 2016), hlm. 35.

- 2) Ruang perpustakaan yang dilengkapi dengan sarana sebagai berikut:
 - a) Buku yang meliputi buku teks pelajaran, buku panduan pendidik, buku pengayaan, buku referensi, dan sumber belajar lain.
 - b) Perabot yang meliputi rak buku, rak majalah, rak surat kabar, meja baca, kursi baca, kursi kerja, meja kerja/sirkulasi, lemari katalog, lemari, papan pengumuman, dan meja multimedia.
 - c) Media pendidikan yang meliputi peralatan multimedia.
 - d) Perlengkapan lain yang meliputi buku inventaris, tempat sampah, soket listrik, dan jam dinding.
- 3) Laboratorium IPA yang dilengkapi dengan sarana sebagai berikut:
 - a) Perabot yang meliputi lemari.
 - b) Peralatan pendidikan yang meliputi model kerangka manusia, model tubuh manusia, globe, model tata surya, kaca pembesar, cermin datar, cermin cekung, cermin cembung, lensa datar, lensa cekung, lensa cembung, magnet batang, dan poster IPA
- 4) Ruang pimpinan yang dilengkapi dengan sarana sebagai berikut:
 - a) Perabot yang meliputi kursi pimpinan, meja pimpinan, kursi dan meja tamu, lemari, dan papan statistik.
 - b) Perlengkapan lain yang meliputi simbol kenegaraan, tempat sampah, mesin ketik / komputer, filing cabinet, brankas, dan jam dinding.
- 5) Ruang guru yang dilengkapi dengan sarana sebagai berikut:
 - a) Perabot yang meliputi kursi kerja, meja kerja, lemari, papan statistik, dan papan pengumuman.

- b) Perlengkapan lain yang meliputi tempat sampah, tempat cuci tangan, jam dinding, dan penanda waktu.
- 6) Tempat beribadah yang dilengkapi dengan sarana sebagai berikut:
 - a) Perabot yang meliputi lemari / rak.
 - b) Perlengkapan lain yang meliputi perlengkapan ibadah, dan jam dinding.
- 7) Ruang UKS yang dilengkapi dengan sarana sebagai berikut:
 - a) Perabot yang meliputi tempat tidur, lemari, meja, dan kursi.
 - b) Perlengkapan lain yang meliputi catatan kesehatan peserta didik, perlengkapan P3K, tandu, selimut, tensimeter, termometer badan, timbangan badan, pengukur tinggi badan, tempat sampah, tempat cuci tangan, dan jam dinding.
- 8) Jamban yang dilengkapi dengan sarana sebagai berikut:
 - a) Perlengkapan lain yang meliputi kloset jongkok, tempat air, gayung, gantungan pakaian, dan tempat sampah.
- 9) Gudang yang dilengkapi dengan sarana sebagai berikut:
 - a) Perabot yang meliputi lemari dan rak.
- 10) Ruang sirkulasi
- 11) Tempat bermain/berolahraga yang dilengkapi dengan sarana sebagai berikut:
 - a) Peralatan pendidikan yang meliputi tiang bendera, bendera, peralatan bola voli, peralatan sepak bola, peralatan senam, peralatan atletik, peralatan seni budaya, dan peralatan ketrampilan.

- b) Perlengkapan lain yang meliputi pengeras suara dan tape recorder.²⁷

c. Jenis-jenis Bukti Fisik atau Sarana Prasarana

Bukti fisik merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen. Ada dua jenis bukti fisik, diantaranya:

- 1) Bukti penting (*essential evidence*), merupakan keputusan-keputusan yang dibuat oleh pemberi jasa mengenai desain dan tata letak dari gedung seperti desain kelas, gedung sekolah, perpustakaan, lapangan olahraga, dan lain-lain.
- 2) Bukti pendukung (*peripheral evidence*), merupakan nilai tambah yang apabila berdiri sendiri maka tidak akan berarti apa-apa. Dengan demikian, hanya berfungsi sebagai pelengkap saja. Sekalipun peranannya sangat penting dalam proses produksi jasa seperti raport, catatan siswa, dan lain-lain.²⁸

Bukti fisik merupakan wujud nyata yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan kepada konsumen (*stake holder*). Keberadaan bukti fisik dapat dijadikan bahan pertimbangan konsumen untuk membeli produk jasa yang ditawarkan.

²⁷ Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 24 Tahun 2007

²⁸ Afidatun Khasanah, "Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu di SD Alam Baturraden", *el-Tarbawi Jurnal Pendidikan Islam*, (Vol. VIII, No.2, tahun 2015), hlm.167.

d. Mengelola Bukti Fisik Atau Sarana Prasarana

Perusahaan, organisasi, maupun lembaga pendidikan melalui tenaga pemasarnya menggunakan tiga cara dalam mengelola bukti fisik yang strategis, diantaranya:

- 1) *An attention-creating medium*. Perusahaan jasa melakukan diferensiasi dengan pesaing dan membuat sarana fisik semenarik mungkin untuk menjaring pelanggan dari target pasarnya.
- 2) *As a message-creating medium*. Menggunakan simbol atau isarat untuk mengkomunikasikan secara intensif kepada audiens mengenai kekhususan kualitas dari produk jasa.
- 3) *An effect-creating medium*. Menciptakan sesuatu yang lain dari produk atau jasa yang ditawarkan.²⁹

Keberadaan bukti fisik sangat membantu perusahaan, organisasi maupun lembaga pendidikan untuk memposisikan keberadaannya dan memberikan dukungan nyata, terutama dalam hal yang berhubungan dengan lokasi.

²⁹ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, hlm..., 59.

4. Minat

a. Pengertian Minat

Minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang.³⁰

Minat menurut Elizabeth B. Hurlock dalam bukunya Abd. Rahman Abror, merupakan sumber motivasi yang mendorong untuk melakukan apa yang mereka inginkan dan mereka bebas memilih. Dengan demikian apabila seseorang melihat sesuatu yang merasa menguntungkan bagi dirinya mereka merasa beminat, dan apabila kepuasan berkurang minatpun akan berkurang.³¹

Secara garis besar, minat memiliki dua pengertian. Pertama, usaha dan kemauan untuk mempelajari (*learning*) dan mencari sesuatu. Kedua, minat merupakan dorongan pribadi seseorang dalam mencapai tujuan tertentu. Dalam minat mengandung beberapa unsur-unsur diantaranya:

- 1) Kognisi (mengetahui), yaitu minat didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang dituju
- 2) Emosi (perasaan), yaitu dalam partisipasi atau pengalaman disertai dengan perasaan tertentu.

³⁰ Abd. Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 262.

³¹ Abd. Rachman Abror, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 1993), hlm.111.

- 3) Konasi (kehendak), merupakan kelanjutan dari kedua unsur tersebut, yang diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu kegiatan.³²

Pada dasarnya minat dapat menjadi penyebab kegiatan dan penyebab partisipasi dalam kegiatan. Dalam hal ini minat dianggap sebagai bentuk respon yang sadar.

b. Minat Beli

Minat beli konsumen merupakan keinginan seorang konsumen terhadap pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang tersembunyi dalam benak konsumen. Minat beli konsumen selalu terselubung dalam tiap diri individu yang mana tak seorangpun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.³³

Menurut Keller minat konsumen adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya. Adapun faktor yang dapat membentuk minat beli konsumen diantaranya:

- 1) Sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan

³² Abd. Rachman Abror, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 1993), hlm.112.

³³ Muhammad Fakhru Rizky NST dan Hanifa Yasin, “Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan”, *Jurnal Manajemen & Bisnis* (Vol. 14, No. 02, 2014), hlm. 141.

bergantung pada dua hal yaitu intensitas sifat negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.

- 2) Faktor situasi yang tidak terantisipasi, faktor ini nantinya akan dapat mengubah pendirian konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut tergantung dari pemikiran konsumen, apakah dia percaya diri dalam memutuskan akan membeli suatu produk atau jasa.³⁴

Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Melalui minat beli akan tercipta suatu motivasi yang terus terekam dalam benak konsumen dan menjadi suatu keinginan yang kuat, sehingga pada akhirnya ketika konsumen harus memenuhi kebutuhannya maka akan mengaktualisasikan apa yang ada di dalam benaknya.³⁵

Dalam melaksanakan niat pembelian konsumen dapat membuat lima sub keputusan pembelian, diantaranya keputusan merk, keputusan pemasok, keputusan kuantitas, keputusan waktu, dan keputusan metode pembayaran.³⁶

³⁴ Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Terjemah: Benyamin Molan, Jilid I, (Jakarta: Salemba Empat., 1999), hlm. 220.

³⁶ E. Desi Arista dan Sri Rahayu Triastuti, “Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen”, (Vol. 13 No.1, tahun 2011), hlm. 39

Minat beli konsumen merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan untuk merespon dan bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

c. Jenis-jenis Minat Beli

Menurut Ferdinand minat beli dapat diidentifikasi melalui jenis-jenisnya sebagai berikut:

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada sebuah produk. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- 3) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- 4) Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk.³⁷

³⁷ Ferdinand dan Rian Pramono, Aanalisis Pengaruh Biaya Kompetitif, Desain Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha, Jurnal Diponegoro Business Review, (Vol.1, no. 1, tahun 2002), hlm.3.

B. Kajian Pustaka

Kajian pustaka relevan ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi keilmuan dalam penulisan skripsi ini dan seberapa banyak orang lain yang sudah membahas permasalahan yang akan dikaji dalam skripsi ini. Adapun penelitian yang relevan dengan judul diatas, diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Hidayah dalam skripsinya dengan judul *“Pengaruh Strategi Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih MTs Al Wathoniyyah”*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih Mts Al Wathoniyyah sebesar 17,2% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti. Selain itu, pengaruh harga terhadap keputusan konsumen memilih MTs Al Wathoniyyah sebesar 16,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti. sedangkan pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen dalam memilih MTs Al Wathoniyyah sebesar 20,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti. Disamping itu, pengaruh promosi terhadap keputusan konsumen memilih MTs Al Wathoniyyah sebesar 17% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti. Sedangkan pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat konsumen dalam memilih MTs Al Wathoniyyah sebesar

43,5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti.³⁸

2. Penelitian yang dilakukan oleh Sugeng Eko Yuli Waluyo dalam jurnalnya dengan judul “*Analisa Pengaruh Lokasi, Biaya, dan Kualitas Pendidikan terhadap Minat Siswa Memilih Sekolah SMA Muhammadiyah 2 Mojosari di Mojokerto*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi, biaya, dan kualitas pendidikan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat siswa memilih sekolah SMA Muhammadiyah 2 Mojosari sebesar 76,6% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti.³⁹
3. Penelitian yang dilakukan oleh Ani Rakhmanita dalam jurnalnya dengan judul “*Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, dan Sarana Terhadap Proses Keputusan Memilih Sekolah Pada Sekolah Alam Tangerang*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, promosi, tempat, dan sarana secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan orangtua murid memilih sekolah alam Tangerang

³⁸ Nur Hidayah, *Pengaruh Strategi Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih MTs Al Wathoniyyah*, (Semarang: FITK UIN Walisongo, 2018)

³⁹ Sugeng Eko Yuli Waluyo, *Analisa Pengaruh Lokasi, Biaya, dan Kualitas Pendidikan terhadap Minat Siswa Memilih Sekolah SMA Muhammadiyah 2 Mojosari di Mojokerto*, *Jurnal JEBDEER*, (Vol.1, No.2, tahun 2018)

sebesar 77,6% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti.⁴⁰

Dari Kajian pustaka diatas menunjukkan bahwa penelitian yang akan penulis lakukan berbeda oleh peneliti sebelumnya. Dalam penelitian ini lebih fokus pada pengaruh strategi pemasaran produk, lokasi, dan sarana prasarana terhadap minat orang tua dalam memilih jenjang pendidikan khususnya pada Madrasah Ibtidaiyah.

C. Rumusan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih diuji secara empiris. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.⁴¹ Berdasarkan perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁴⁰ Ani Rakhmanita, Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Dan Sarana Terhadap Proses Keputusan Memilih Sekolah Pada Sekolah Alam Tangerang, (Vol. VII, No. 2, tahun 2015)

⁴¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 64.

- H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan antara produk pendidikan terhadap minat orang tua dalam memilih sekolah di MIN 2 Kendal.
- H₂: Terdapat pengaruh yang signifikan antara tempat pendidikan terhadap minat orang tua dalam memilih sekolah di MIN 2 Kendal.
- H₃: Terdapat pengaruh yang signifikan antara sarana prasarana pendidikan terhadap minat orang tua dalam memilih sekolah di MIN 2 Kendal.
- H₄: Produk, lokasi, dan sarana prasarana pendidikan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat orang tua dalam memilih sekolah di MIN 2 Kendal.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan korelasional, yaitu menggunakan analisis yang berupa angka atau bilangan.¹ Pada penelitian ini peneliti mencari ada tidaknya pengaruh antara produk, lokasi, dan sarana prasarana terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini berlokasi di Madrasah Ibtidaiyah Negeri 2 Kendal. MIN 2 Kendal berlokasi di Jalan Islamic Centre Bugangin Kendal. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 25 Oktober 2019 sampai dengan 25 November 2019.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas.² Populasi dalam penelitian ini adalah orang tua siswa kelas 5 dan 6 Madrasah Ibtidaiyah Negeri 2 Kendal yang berjumlah 87.

¹ Sugiarto, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta:ANDI, 2017), hlm.52.

² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik..*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 174.

Tabel 3.1
Tabel Populasi

No	Kelas	Jumlah Siswa
1	5A	18
2	5B	19
3	5C	17
4	6A	23
5	6B	10
Total Populasi		87

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti.³ Cara yang ditempuh untuk menentukan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan cara sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.⁴ Maka penentuan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh orang tua siswa kelas 5 dan 6 MIN 2 Kendal yang berjumlah 87.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel dalam penelitian ini ada dua yaitu

³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik...*, hlm. 118.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 126.

variabel bebas (*independen variabel*) dan variabel terikat (*dependen variabel*).

1. Variabel Bebas (Independen Variabel)

Variabel bebas (*independen variabel*) yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel bebas atau sebagai variabel X dalam penelitian ini adalah produk sebagai berikut:

- a. Produk (X1)
- b. Lokasi (X2)
- c. Sarana Prasarana (X3)

2. Variabel Terikat (Dependen Variabel)

Variabel terikat (*dependen variabel*) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

⁵Variabel terikat atau variabel Y dalam penelitian ini adalah minat orang tua di MIN 2 Kendal.

3. Indikator Penelitian

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Angket Penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Produk (X1)	1. Reputasi	1.1 Prestasi siswa	1-6
	2. Prospek	1.2 Lulusan madrasah	7-10
	3. Variasi pilihan	1.3 Pilihan kegiatan ekstrakurikuler	11-15
Lokasi (X2)	1. Akses	3.1 1.1 Mudah dijangkau	16-19
		1.2 Visibilitas / dapat dilihat dari	20-21

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi: Dilengkapi dengan Metode R&D....*, hlm.39- 40.

	2. Letak strategis	tepi jalan	
	3. Lingkungan sekolah	2.1 Tempat parkir luas dan aman	22
		2.2 Tempat ekspansi	23
		3.1 Kenyamanan	24-28
		3.2 Dukungan masyarakat	29
		3.3 Sarana prasarana	30
Sarana Prasarana (X3)	1. Ruang kelas	1.1 Perabot	31
		1.2 Peralatan pendidikan	32
		1.3 Media pendidikan	33
		1.4 Perlengkapan lain	34
	2. Ruang perpustakaan	2.1 Buku	35
		2.2 Perabot	36
		2.3 Media pendidikan	37
		2.4 Perlengkapan lain	38
	3. Laboratorium IPA	3.1 Perabot	39
		3.2 Peralatan pendidikan	40
	4. Ruang pimpinan	4.1 Perabot	41
		4.2 Perlengkapan lain	42
	5. Ruang guru	5.1 Perabot	43
		5.2 Perlengkapan lain	44
	6. Tempat beribadah	6.1 Perabot	45
		6.2 Perlengkapan lain	46
Minat (Y)	7. Ruang UKS	7.1 Perabot	47
		7.2 Perlengkapan lain	48
	8. Jamban	8.1 Perlengkapan lain	49
	9. Gudang	9.1 Perabot	50
	10. Ruang sirkulasi	10.1 Sekat penghubung antar ruangan	51
	11. Tempat bermain / berolahraga	11.1 Peralatan pendidikan	52
		11.2 Perlengkapan lain	53
	1. Minat transaksional	1.1 Pemilihan pribadi	54-55
		1.2 Ketertarikan terhadap produk	56
		1.3 Ketertarikan terhadap lokasi	57
		1.4 Ketertarikan terhadap sarana dan prasarana	58
	2. Minat prefrensial	2.1 Mencari informasi mengenai produk	59
		2.2 Mencari informasi mengenai lokasi	60
		2.3 Mencari informasi mengenai	61

		suasana madrasah	
		2.4 Mencari informasi mengenai sarana dan prasarana	62
		2.5 Mencari informasi pengalaman alumni	63
	3. Minat refrensial	3.1 Kerabat	64-65
		3.2 Keluarga	66-67
	4. Minat eksploratif	4.1 Mencari informasi sendiri	68

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data.⁶ Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket (kuesioner). Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁷ Metode angket yang digunakan adalah metode angket tertutup dimana responden tidak diberi kesempatan menjawab dengan kata-kata sendiri.

Penggunaan angket dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data dari responden (orang tua siswa) yang mendalam dan akurat tentang tiga faktor yaitu produk (X1), lokasi (X2), dan sarana prasarana (X3) yang mempengaruhi minat orang tua (Y) dalam menyekolahkan anaknya di MIN 2 Kendal.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi: Dilengkapi dengan Metode R&D*,... hlm. 162.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi: Dilengkapi dengan Metode R&D*,... hlm. 42.

2. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu kegiatan setelah data dari responden terkumpul. Kegiatan yang dilakukan dalam teknik analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁸ Adapun teknik analisis data dalam penelitian dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Analisis Pendahuluan

Analisis pendahuluan merupakan suatu kegiatan memasukkan hasil pengolahan data angket responden ke dalam tabel data frekuensi. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik statistik yang menghitung nilai kualitas dan kuantitas dengan cara memberikan penilaian berdasarkan jawaban angket yang telah disebarkan kepada responden. Untuk mempermudah penggolongan data statistik, angka setiap item soal diberi skor sebagai berikut:⁹

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi: Dilengkapi dengan Metode R&D*,... hlm. 169.

⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*..., hlm. 242.

Tabel 3.3

Tabel Alternatif dan Skor Jawaban

No	Alternatif Jawaban	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	4
2	S	Setuju	3
3	TS	Tidak Setuju	2
4	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel. Oleh karena itu instrument harus diuji coba terlebih dahulu untuk melihat kelayakan instrument. Adapun dalam menguji kelayakan instrument harus melalui tahap dan rumus sebagai berikut:

a. Uji Validitas Instrumen

Validitas angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi (*content validity*). Angket dikatakan memiliki validitas isi apabila penyusunan angket sesuai dengan indikator-indikator. Adapun untuk mengetahui validitas angket digunakan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{N \sum X^2 - \sum X^2 \quad N \sum Y^2 - \sum Y^2}$$

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y
N : jumlah responden
X : variabel bebas
Y : variabel terikat
 $\sum X$: jumlah variabel X

ΣY : jumlah variabel Y.¹⁰

Kemudian menguji apakah korelasi itu signifikan atau tidak dengan mengkonsultasikan hasil r_{xy} pada tabel r_{tabel} . Bila koefisien korelasi sama atau lebih besar r_{tabel} maka butir instrumen dinyatakan valid.¹¹ Butir validitas yang tidak valid akan dibuang dan tidak digunakan. Sedangkan butir angket yang valid digunakan sebagai alat untuk memperoleh data. Perhitungan dibantu dengan menggunakan program SPSS 16.0. Hasil uji validitas data diujikan sebagai berikut.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel X₁ (Produk)

Item	r hitung	r tabel $\alpha=0,05$ n=87	Keputusan
1	0,584	0,213	Valid
2	0,578	0,213	Valid
3	0,617	0,213	Valid
4	0,645	0,213	Valid
5	0,453	0,213	Valid
6	0,342	0,213	Tidak
7	0,491	0,213	Valid
8	0,377	0,213	Valid
9	0,059	0,213	Tidak Valid
10	0,618	0,213	Valid
11	0,588	0,213	Valid
12	0,616	0,213	Valid
13	0,616	0,213	Valid
14	0,544	0,213	Valid
15	0,458	0,213	Valid

Untuk analisis variabel produk diketahui bahwa dari 15 pertanyaan terdapat 1 pertanyaan yang tidak valid atau mempunyai

¹⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*,... hlm. 171

¹¹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, ..., hlm. 357.

nilai signifikan <5% yaitu pernyataan nomor 9, sehingga dikeluarkan dari daftar pertanyaan. Hal ini dikarenakan pernyataan lain sudah dapat mewakili untuk mengukur indikator dari variabel.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel X₂ (Lokasi)

Item	r hitung	r tabel $\alpha=0,05$ n= 87	Keputusan
1	0,399	0,213	Valid
2	0,454	0,213	Valid
3	0,561	0,213	Valid
4	0,469	0,213	Valid
5	0,334	0,213	Valid
6	0,403	0,213	Valid
7	0,552	0,213	Valid
8	0,539	0,213	Valid
9	0,577	0,213	Valid
10	0,558	0,213	Valid
11	0,552	0,213	Valid
12	0,600	0,213	Valid
13	0,521	0,213	Valid
14	0,588	0,213	Valid
15	0,582	0,213	Valid

Untuk analisis variabel lokasi bahwa dari 15 pernyataan semua pernyataan dinyatakan valid atau mempunyai nilai signifikan <5% dengan r_{tabel} (0,213). Maka semua pernyataan pada variabel X₂ (lokasi pendidikan) bisa digunakan untuk mengukur indikator dari variabel.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel X₃ (Sarana Prasarana)

Item	r hitung	r tabel $\alpha=0,05$ n= 87	Keputusan
1	0,510	0,213	Valid
2	0,623	0,213	Valid
3	0,544	0,213	Valid
4	0,556	0,213	Valid
5	0,029	0,213	Tidak Valid
6	0,394	0,213	Valid
7	0,469	0,213	Valid
8	0,532	0,213	Valid
9	0,489	0,213	Valid
10	0,617	0,213	Valid
11	0,559	0,213	Valid
12	0,392	0,213	Valid
13	0,566	0,213	Valid
14	0,580	0,213	Valid
15	0,562	0,213	Valid
16	0,552	0,213	Valid
17	0,475	0,213	Valid
18	0,516	0,213	Valid
19	0,610	0,213	Valid
20	0,550	0,213	Valid
21	0,026	0,213	Tidak Valid
22	0,595	0,213	Valid
23	0,542	0,213	Valid

Untuk analisis variabel sarana prasarana diketahui bahwa dari 15 pernyataan terdapat 2 pernyataan yang tidak valid atau mempunyai nilai signifikan $<5\%$ yaitu pernyataan nomor 5 dan nomor 21, sehingga dikeluarkan dari daftar pernyataan. Hal ini dikarenakan pernyataan lain sudah dapat mewakili untuk mengukur indikator dari variabel.

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat)

Item	r hitung	r tabel $\alpha=0,05$ n=87	Keputusan
1	0,477	0,213	Valid
2	0,483	0,213	Valid
3	0,562	0,213	Valid
4	0,499	0,213	Valid
5	0,560	0,213	Valid
6	0,567	0,213	Valid
7	0,531	0,213	Valid
8	0,648	0,213	Valid
9	0,636	0,213	Valid
10	0,564	0,213	Valid
11	0,584	0,213	Valid
12	0,445	0,213	Valid
13	0,539	0,213	Valid
14	0,612	0,213	Valid
15	0,603	0,213	Valid

Untuk analisis variabel minat bahwa dari 15 pernyataan semua pernyataan dinyatakan valid atau mempunyai nilai signifikan <5% dengan r_{tabel} (0,213). Maka semua pernyataan pada variabel Y (minat) bisa digunakan untuk mengukur indikator dari variabel.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas adalah tingkat konsistensi antara dua pengukur terhadap hal yang sama.¹² Instrumen dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi apabila hasil pengukurannya dapat dipercaya, konsisten, cermat, dan akurat. Rumus untuk menghitung koefisien reliabilitas adalah sebagai berikut:

¹² Jonathan Sarwono, *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012), hlm. 85.

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si}{St} \right)$$

Keterangan:

r_{11} : nilai reliabilitas
 $\sum Si$: jumlah varians skor tiap-tiap item
 $\sum St$: varians total
 K : jumlah item¹³

Harga r_{tabel} yang diperoleh dikonsultasikan dengan harga r tabel product moment dengan taraf signifikansi 5% dan 1%. Soal dikatakan reliabilitas jika harga $r_{11} > r_{\text{tabel}}$.

Tabel 3.8
Uji Reabilitas Variabel X_1 , X_2 , X_3 , Y

Variabel	r_{xy}	r_{tabel} $\alpha=0,05$ $n=87$	Keputusan
Produk	0,799	$> 0,213$	Reliabel
Lokasi	0,800	$> 0,213$	Reliabel
Sarana Prasarana	0,864	$> 0,213$	Reliabel
Minat	0,839	$> 0,213$	Reliabel

Hasil uji reliabilitas diperoleh nilai koefisien reliabilitas angket variabel Produk (X_1) sebesar 0,799 , variabel Lokasi (X_2) sebesar 0,800 dan variabel Sarana Prasarana (X_3) sebesar 0,864 serta variabel Minat (Y) sebesar 0,839. Berdasarkan nilai koefisien reliabilitas tersebut dapat disimpulkan bahwa angket dalam penelitian ini reliabel atau konsisten sehingga dapat digunakan sebagai instrumen.

¹³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik...*, hlm. 196.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sekali.

Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan program SPSS uji Kolmogorov-Smirnov, dengan tingkat signifikansi $> 0,05$ dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan sebaliknya jika tingkat signifikansi $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

Tabel 3.9
Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		TOTALX1	TOTALX2	TOTALX3	TOTALY
N		87	87	87	87
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	44,2759	43,3103	67,1379	42,9885
	Std. Deviation	6,54269	6,31777	10,12615	6,89370
Most Extreme Differences	Absolute	,062	,125	,087	,086
	Positive	,050	,125	,081	,074
	Negative	-,062	-,093	-,087	-,086
Kolmogorov-Smirnov Z		,579	1,170	,809	,802
Asymp. Sig. (2-tailed)		,891	,129	,530	,540

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil uji normalitas diperoleh nilai variabel Produk (X_1) sebesar 0,891, variabel Lokasi (X_2) sebesar 0,129 dan variabel Sarana Prasarana (X_3) sebesar 0,530 serta variabel Minat (Y) sebesar 0,540. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa taraf signifikan untuk semua variabel $> 0,05$. Dengan demikian data tersebut telah berdistribusi secara normal.

2. Analisis Uji Hipotesis

a. Analisis Korelasi Product Moment

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi. Sebelum dilakukan teknik analisis regresi, maka terlebih dahulu mencari korelasi antara variabel X dengan variabel Y dengan menggunakan rumus korelasi product moment sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Untuk menyelesaikan perhitungan dengan rumus tersebut maka diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:

$$\sum xy = \sum XY - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}$$

$$\sum x^2 = \sum X^2 - \frac{(x)^2}{N}$$

$$\sum y^2 = \sum Y^2 - \frac{(y)^2}{N}$$

$$r = \frac{n \cdot \sum xy - \sum x \cdot \sum y}{\sqrt{(n \cdot (\sum x)^2 - (\sum x)^2) \cdot (n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Setelah diadakan uji korelasi product moment, maka hasil yang diperoleh dikonsultasikan dengan r_{tabel} taraf signifikansi 5% dan 1% dengan asumsi sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{xy} > r_{\text{tabel}}$ (5% dan 1%) berarti signifikan artinya hipotesis diterima.
- 2) Jika $r_{xy} < r_{\text{tabel}}$ (5% dan 1%) berarti tidak signifikan artinya hipotesis ditolak.

b. Analisis Regresi Sederhana

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknis analisis regresi sederhana. Analisis regresi sederhana yaitu analisis linier yang

hanya melibatkan dua variabel, yaitu satu variabel X dan satu variabel Y. adapun formula atau model regresi sederhana sebagai berikut:

$$\hat{y} = a + bX$$

Keterangan:

- \hat{y} : subjek variabel terikat yang diproyeksikan (minat)
- X : variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk di prediksikan (produk, lokasi, dan sarana prasarana)
- a : konstanta (nilai Y apabila X = 0)
- b : nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (−) variabel Y

$$a = \frac{(\sum x^2)(\sum y) - (\sum y)(\sum xy)}{n - (\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

c. Analisis Regresi Berganda

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda 3 prediktor, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan:

- \hat{y} : minat
- a : konstanta
- b_1 : koefisien regresi dari variabel X_1 (produk)
- b_2 : koefisien regresi dari variabel X_2 (lokasi)
- b_3 : koefisien regresi dari variabel X_3 (sarana prasarana)
- X_1 : produk
- X_2 : lokasi
- X_3 : sarana prasarana

Model regresi berganda merupakan model yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dan pengaruhnya dari

berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel independen (variabel bebas) yaitu produk (X1), lokasi (X2), dan sarana prasarana (X3) berpengaruh terhadap variabel dependen (variabel terikat) yaitu minat orang tua (Y).

Analisis regresi sederhana juga dapat digunakan untuk melihat apakah variabel bebas mampu secara menyeluruh (simultan) menjelaskan tingkah laku variabel tidak bebas. Pengujian ini dikenal dengan uji F. selain mengetahui kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel tidak bebas, juga perlu diketahui apakah setiap variabel bebas (secara parsial) juga berpengaruh terhadap variabel tidak bebasnya, untuk pengujian ini dikenal dengan uji t. Adapun rumus uji F dan uji t adalah sebagai berikut:

d. Uji t (Parsial)

Uji t dimaksudkan untuk mengetahui apakah secara individu variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Adapun langkah-langkah uji t atau parsial sebagai berikut:

- 1) Menentukan nilai t kritis dengan level of significant $\alpha = 5\%$ dan 1% . $t_{\text{tabel}} = t/2 ; n - k$
- 2) Menentukan nilai uji t, dengan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden.¹⁴

e. Uji F (simultan)

Uji F adalah alat untuk menguji variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

Langkah 1. Mencari Jumlah Kuadrat Regresi $RJK_{Reg}[a]$ dengan rumus

$$JK_{Reg}[a] = \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

Langkah 2. Mencari Jumlah Kuadrat Regresi ($JK_{Reg}[b|a]$) dengan rumus

$$JK_{Reg}[b|a] = b \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n}$$

Langkah 3. Mencari Jumlah Kuadrat Residu (JK_{Res}) dengan rumus

$$JK_{Res} = \sum Y^2 - JK_{Reg}[b|a] - JK_{Reg}[a]$$

Langkah 4. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Regresi ($RJK_{Reg[a]}$) dengan rumus $RJK_{Reg[a]} = JK_{Reg[a]}$

Langkah 5. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Regresi dengan rumus

$$RJK_{Reg[b|a]} = JK_{Reg[b|a]}$$

Langkah 6. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat Residu (RJK_{Res}) dengan rumus

$$RJK_{Res} = \frac{JK_{Res}}{n-2}$$

¹⁴ Sutrisno Hadi, *Analisis Regresi*, (Yogyakarta: Andi, 2001), hlm. 26.

Langkah 7. Menguji signifikansi dengan rumus

$$F_{hitung} = \frac{RJKReg[b|a]}{RJKRes}$$

Adapun kaidah pengujian signifikansi adalah jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka tolak H_0 artinya signifikan dan $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tolak H_a artinya tidak signifikan.¹⁵

3. Analisis Lanjutan

Setelah diperoleh F_{reg} , maka langkah selanjutnya adalah membandingkan harga F_{reg} dengan nilai F_{tabel} , pada taraf 5% dan 1% dengan kemungkinan:

- a. Jika F_{reg} lebih besar dari F_t 5% atau 1%, maka hipotesis signifikan. Berarti ada pengaruh yang positif dari strategi pemasaran produk, lokasi, dan sarana prasarana terhadap minat orang tua.
- b. jika F_{reg} lebih kecil dari F_t 5% atau 1%, maka hipotesis non signifikan, yang artinya tidak ada pengaruh strategi pemasaran produk, lokasi, dan sarana prasarana terhadap minat orang tua.¹⁶

¹⁵ Sambas Ali Muhidin, dan Maman Abdurrahman, *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur Dalam Penelitian*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2009), hlm. 196-197.

¹⁶ Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm.102.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum MIN 2 Kendal

1. Sejarah Singkat

MIN 2 Kendal berlokasi di Jalan Islamic Centre Bugangin Kendal. MIN 2 Kendal didirikan pada tanggal 17 Juli 1988 oleh masyarakat kelurahan Bugangin dan Yayasan Islamic Centre dengan nama “ MI Swasta Islamic Centre”. MIN 2 Kendal merupakan bagian dari pendidikan dasar yang berciri khas Agama Islam yang dikelola oleh Kementerian Agama dan bekerjasama dengan Kementerian Pendidikan Nasional.

Sejalan dengan perkembangannya pada tahun 2003/2004 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 558 tahun 2003 tentang Penengrian 250 Madrasah se Indonesia, maka MI Swasta Islamic Centre statusnya berubah menjadi “MIN Negeri Bugangin”. Pada perkembangan selanjutnya untuk dapat mempercepat perolehan peserta didik baru, maka mulai tahun pelajaran 2006/2007 mulai membuka kelas I menumpang di gedung MDA “Hidayatul Mubtadiin” yang berlokasi di Kelurahan Jetis Kecamatan Kota Kendal berada disebelah selatan kurang lebih berjarak 0,5 km dari induk MIN 2 Kendal.

Berdasarkan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 810 tahun 2017 tentang perubahan nama

MAN, MTsN dan MIN di Provinsi Jawa Tengah. MIN Bugangin berubah menjadi MIN 2 Kendal.

Sampai sekarang ini jumlah kelas di MIN 2 Kendal yang berada di MDA Hidayatul Mubtadiin Jetis berjumlah 6 kelas, sedangkan yang di MIN Bugangin berjumlah 7 kelas.

2. Visi Madrasah

Adapun visi MIN 2 Kendal adalah “Terwujudnya Madrasah yang menjunjung tinggi nilai-nilai Ke-Islaman dengan pijakan Akhlakul Karimah”.

3. Misi Madrasah

Sejalan dengan visi yang telah dicanangkan, maka MIN 2 Kendal juga memiliki misi agar visi tersebut dapat berjalan yaitu:

- a. Mewujudkan pembelajaran yang Aktif, Inovatif, Kreatif, Efektif, dan Menyenangkan (PAIKEM)
- b. Mengembangkan bekal kemampuan dasar baca, tulis, dan berhitung secara optimal
- c. Mewujudkan tutur kata, perilaku santun dan Islami
- d. Meletakkan dasar keimanan dan keislaman kepada peserta didik melalui pendekatan akhlakul karimah dan uswatun khasanah
- e. Mempersiapkan peserta didik untuk dapat melanjutkan ke jenjang selanjutnya

4. Tujuan Madrasah

Adapun tujuan MIN 2 Kendal telah diuraikan sebagai berikut:

- a. Membentuk tunas-tunas muda Islam yang beriman dan

bertaqwa kepada Allah Swt

- b. Membentuk kepribadian anak didik yang memiliki ilmu pengetahuan dan ketarampilan yang berakhlak mulia
- c. Menanamkan kepribadian dan kedisiplinan di segala aspek kehidupan anak didik
- d. Meningkatkan prestasi akademik peserta didik di bidang seni dan olahraga lewat kejuaraan dan kompetisi
- e. Mendorong dan mengembangkan potensi akademik, minat dan bakat peserta didik melalui layanan bimbingan konseling dan kegiatan ekstrakurikuler.
- f. Membiasakan perilaku Islami di lingkungan Madrasah

B. Hasil Data Penelitian

Sebelum proses analisis data, peneliti ingin terlebih dahulu mendeskripsikan pengaruh produk ,lokasi, dan sarana prasarana terhadap minat orang tua. Produk, lokas, dan sarana prasarana merupakan faktor penting dalam upaya meningkatkan minat pada orang tua.

Berikut ini merupakan sajian deskripsi hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis setelah melakukan penelitian. Peneliti mendapatkan hasil studi lapangan berupa data tentang pengaruh produk, lokasi dan sarana prasarana terhadap minat siswa di MIN 2 Kendal dengan menggunakan angket/ kuesioner yang disebarikan kepada 87 responden yakni orang tua siswa di MIN 2 Kendal.

1. Data Produk di MIN 2 Kendal

Deskripsi data untuk mengetahui nilai kuantitatif produk dilakukan dengan cara menggunakan skor jawaban angket produk sebanyak 14 item. Selanjutnya peneliti mengolah data hasil angket jawaban responden tersebut dengan nilai paling tinggi 4 dan paling rendah 1. Adapun pernyataan responden sebagai berikut:

Tabel 4.1
Skor Kuesioner Produk

No Resp.	Jawaban				Penskoran				Total
	SS	S	TS	STS	4	3	2	1	X1
R1	6	3	4	1	24	9	8	1	42
R2	5	8	1	0	20	24	2	0	46
R3	8	4	2	0	32	12	4	0	48
R4	6	3	5	0	24	9	10	0	43
R5	2	4	8	0	8	12	16	0	36
R6	2	11	1	0	8	33	2	0	43
R7	4	6	4	0	16	18	8	0	42
R8	10	3	1	0	40	9	2	0	51
R9	0	2	9	3	0	6	18	3	27
R10	2	8	4	0	8	24	8	0	40
R11	1	5	8	0	4	15	16	0	35
R12	3	7	4	0	12	21	8	0	41
R13	7	1	6	0	28	3	12	0	43
R14	4	9	1	0	16	27	2	0	45
R15	6	1	7	0	24	3	14	0	41
R16	5	8	1	0	20	24	2	0	46
R17	7	4	3	0	28	12	6	0	46
R18	5	1	8	0	20	3	16	0	39
R19	7	6	1	0	28	18	2	0	48
R20	0	7	7	0	0	21	14	0	35
R21	5	6	2	1	20	18	4	1	43
R22	7	3	4	0	28	9	8	0	45
R23	8	6	0	0	32	18	0	0	50
R24	0	7	7	0	0	21	14	0	35
R25	8	1	1	4	32	3	2	4	41
R26	0	12	0	0	0	36	0	0	36
R27	1	3	6	4	4	9	12	4	29

No	Jawaban				Penskoran				Total
Resp.	SS	S	TS	STS	4	3	2	1	X1
R28	3	5	2	4	12	15	4	4	35
R29	9	3	2	0	36	9	4	0	49
R30	1	1	7	5	4	3	14	5	26
R31	9	4	1	0	36	12	2	0	50
R32	4	10	0	0	16	30	0	0	46
R33	5	8	1	0	20	24	2	0	46
R34	1	9	4	0	4	27	8	0	39
R35	0	9	5	0	0	27	10	0	37
R36	2	11	1	0	8	33	2	0	43
R37	4	6	4	0	16	18	8	0	42
R38	6	7	1	0	24	21	2	0	47
R39	8	0	5	1	32	0	10	1	43
R40	9	5	0	0	36	15	0	0	51
R41	2	8	3	1	8	24	6	1	39
R42	0	9	5	0	0	27	10	0	37
R43	0	10	4	0	0	30	8	0	38
R44	9	5	0	0	36	15	0	0	51
R45	0	6	8	0	0	18	16	0	34
R46	0	11	2	1	0	33	4	1	38
R47	0	10	4	0	0	30	8	0	38
R48	0	8	1	5	0	24	2	5	31
R49	10	4	0	0	40	12	0	0	52
R50	0	8	6	0	0	24	12	0	36
R51	1	12	1	0	4	36	2	0	42
R52	6	4	4	0	24	12	8	0	44
R53	9	5	0	0	36	15	0	0	51
R54	0	10	4	0	0	30	8	0	38
R55	7	4	2	1	28	12	4	1	45
R56	0	13	1	0	0	39	2	0	41
R57	1	2	9	2	4	6	18	2	30
R58	4	10	0	0	16	30	0	0	46
R59	11	0	2	1	44	0	4	1	49
R60	0	8	6	0	0	24	12	0	36
R61	5	8	1	0	20	24	2	0	46
R62	6	0	8	0	24	0	16	0	40
R63	5	9	0	0	20	27	0	0	47
R64	0	7	5	1	0	21	10	1	32
R65	2	6	2	4	8	18	4	4	34
R66	10	2	2	0	40	6	4	0	50
R67	2	4	8	0	8	12	16	0	36
R68	4	6	4	0	16	18	8	0	42
R69	4	2	8	0	16	6	16	0	38

No	Jawaban				Penskoran				Total
Resp.	SS	S	TS	STS	4	3	2	1	X1
R70	4	8	2	0	16	24	4	0	44
R71	0	4	8	2	0	12	16	2	30
R72	6	3	4	1	24	9	8	1	42
R73	5	8	1	0	20	24	2	0	46
R74	8	4	2	0	32	12	4	0	48
R75	6	3	0	5	24	9	0	5	38
R76	2	4	8	0	8	12	16	0	36
R77	2	11	1	0	8	33	2	0	43
R78	6	3	4	1	24	9	8	1	42
R79	5	8	1	0	20	24	2	0	46
R80	8	4	2	0	32	12	4	0	48
R81	6	3	0	5	24	9	0	5	38
R82	2	4	8	0	8	12	16	0	36
R83	2	11	1	0	8	33	2	0	43
R84	4	6	4	0	16	18	8	0	42
R85	10	3	1	0	40	9	2	0	51
R86	0	2	9	3	0	6	18	3	27
R87	2	8	4	0	8	24	8	0	40
Total									3591

Data nilai angket pada lampiran kemudian dimasukkan kedalam tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui nilai rata-rata atau *mean* produk. Tabel distribusi diatas akan dihitung nilai *mean* dan interval kelas mengenai produk dengan rumus:

- a. Mencari nilai rata-rata :

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum fx}{N} \\ &= \frac{3591}{87} \\ &= 41,27\end{aligned}$$

- b. Mencari jumlah kelas yang dikehendaki, dengan rumus:

$$\begin{aligned}K &= 1+ 3,3 \log n \\ &= 1+ 3,3 \log 87 \\ &= 1+ 3,3 (1,9395) \\ &= 1+ (5,40035) \\ &= 6,40 \text{ dibulatkan menjadi } 6\end{aligned}$$

- c. Mencari range:

$$R = H - L + 1$$

Keterangan:

H= nilai tertinggi

L= nilai terendah

1= bilangan konstan

$$\begin{aligned} R &= 52 - 26 + 1 \\ &= 26 + 1 = 27 \end{aligned}$$

- d. Menentukan interval kelas, dengan rumus:

$$i = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

i = Nilai interval

R = Range (batas nilai tertinggi- nilai terendah)

K = Jumlah kelas yang dikehendaki

$$\begin{aligned} i &= \frac{R}{K} \\ &= \frac{27}{7} \end{aligned}$$

= 3,85 dibulatkan menjadi 4

Tabel 4.2
Distribusi Skor Mean (Produk)

Interval	M'	F	x'	fx'	x ²	fx ²
51-52	51	6	4	24	16	96
46-50	48	21	3	63	9	189
41-45	43	24	2	48	4	96
36-40	38	22	1	22	1	22
31-35	33	8	0	0	0	0
26-30	28	6	-1	-6	1	6
Jumlah		87		$\sum fx' = -151$		$\sum fx^2 = 409$

M' = mean terkaan

e. Mencari *Mean*:

$$\begin{aligned}M &= M' + i \left(\frac{\sum fx'}{N} \right) \\&= 43 + 4 \left(\frac{-151}{87} \right) \\&= 43 + 4 (-1,735) \\&= 43 + (-6,94) \\&= 36,06\end{aligned}$$

f. Mencari standar deviasi:

$$\begin{aligned}SD &= i \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N} - \left(\frac{\sum fx'}{N} \right)^2} \\&= 4 \sqrt{\frac{409}{87} - \left(\frac{-151}{87} \right)^2} \\&= 4 \sqrt{4,701 - (-1,735)^2} \\&= 4 \sqrt{4,701 - 3,012} \\&= 4 \times \sqrt{1,689} \\&= 4 \times 1,299 \\&= 5,19\end{aligned}$$

Setelah diketahui nilai *mean*, untuk melakukan penafsiran nilai *mean* yang telah didapat peneliti membuat interval kategori dari skor mentah kedalam standar skala lima:

$$M + 1,5 SD = 36,06 + 1,5 (5,19) = 43,84 = 44 \text{ ke atas}$$

$$M + 0,5 SD = 36,06 + 0,5 (5,19) = 38,65 = 39 - 43$$

$$M - 0,5 SD = 36,06 - 0,5 (5,19) = 33,46 = 33 - 38$$

$$M - 1,5 SD = 36,06 - 1,5 (5,19) = 28,27 = 28 - 32$$

= 28 ke bawah

Kemudian untuk mengetahui kualitas variabel produk maka dibuat tabel kualitas variabel produk sebagai berikut:

Tabel 4.3
Produk

No	Interval	Kategori
1	44 ke atas	Sangat Baik
2	39 – 43	Baik
3	33 – 38	Cukup
4	28 – 32	Buruk
5	28 ke bawah	Sangat Buruk

Dari hasil perhitungan data tersebut dapat diketahui bahwa *mean* dari produk di MIN 2 Kendal sebesar 36,06 atau berada pada interval 33 – 38 yang berarti produk di MIN 2 Kendal adalah tergolong “**Cukup**”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa produk di MIN 2 Kendal cukup baik dalam pada umumnya.

2. Data lokasi di MIN 2 Kendal

Langkah yang sama juga dilakukan untuk mengetahui nilai kuantitatif lokasi di MIN 2 Kendal dilakukan dengan cara menggunakan skor jawaban angket lokasi sebanyak 15 item pernyataan dari responden sebagai berikut:

Tabel 4.4
Skor Kuesioner Lokasi

No	Jawaban				Penskoran				Total
Resp.	SS	S	TS	STS	4	3	2	1	X2
R1	9	5	1	0	36	15	2	0	53
R2	5	8	1	0	20	24	2	0	46
R3	5	9	1	0	20	27	2	0	49

No	Jawaban				Penskoran				Total
Resp.	SS	S	TS	STS	4	3	2	1	X2
R4	3	8	4	0	12	24	8	0	44
R5	1	9	5	0	4	27	10	0	41
R6	4	10	1	0	16	30	2	0	48
R7	6	6	3	0	24	18	6	0	48
R8	6	8	1	0	24	24	2	0	50
R9	9	5	0	1	36	15	0	1	52
R10	0	10	5	0	0	30	10	0	40
R11	2	10	2	1	8	30	4	1	43
R12	0	10	5	0	0	30	10	0	40
R13	0	11	4	0	0	33	8	0	41
R14	10	5	0	0	40	15	0	0	55
R15	0	8	7	0	0	24	14	0	38
R16	0	10	4	1	0	30	8	1	39
R17	0	11	4	0	0	33	8	0	41
R18	0	8	1	6	0	24	2	6	32
R19	12	3	0	0	48	9	0	0	57
R20	0	9	6	0	0	27	12	0	39
R21	1	13	1	0	4	39	2	0	45
R22	8	3	4	0	32	9	8	0	49
R23	10	5	0	0	40	15	0	0	55
R24	0	11	4	0	0	33	8	0	41
R25	6	4	4	1	24	12	8	1	45
R26	0	14	1	0	0	42	2	0	44
R27	1	2	10	2	4	6	20	2	32
R28	3	12	0	0	12	36	0	0	48
R29	3	6	6	0	12	18	12	0	42
R30	7	0	7	1	28	0	14	1	43
R31	5	5	4	1	20	15	8	1	44
R32	5	9	2	0	20	27	4	0	51
R33	8	5	2	0	32	15	4	0	51
R34	5	4	1	5	20	12	2	5	39
R35	2	5	8	0	8	15	16	0	39
R36	3	11	1	0	12	33	2	0	47

No	Jawaban				Penskoran				Total
Resp.	SS	S	TS	STS	4	3	2	1	X2
R37	4	7	4	0	16	21	8	0	45
R38	9	4	2	0	36	12	4	0	52
R39	0	4	8	3	0	12	16	3	31
R40	2	8	5	0	8	24	10	0	42
R41	2	8	3	1	8	24	6	1	39
R42	4	6	4	1	16	18	8	1	43
R43	0	7	2	6	0	21	4	6	31
R44	4	8	2	0	16	24	4	0	44
R45	4	1	10	0	16	3	20	0	39
R46	5	9	1	0	20	27	2	0	49
R47	0	8	5	2	0	24	10	2	36
R48	0	5	2	8	0	15	4	8	27
R49	9	5	1	0	36	15	2	0	53
R50	1	7	7	0	4	21	14	0	39
R51	6	6	1	2	24	18	2	2	46
R52	8	2	5	0	32	6	10	0	48
R53	10	5	0	0	40	15	0	0	55
R54	0	6	9	0	0	18	18	0	36
R55	10	1	1	3	40	3	2	3	48
R56	0	11	1	0	0	33	2	0	35
R57	3	7	5	0	12	21	10	0	43
R58	4	3	8	0	16	9	16	0	41
R59	7	5	1	2	28	15	2	2	47
R60	1	7	6	1	4	21	12	1	38
R61	5	6	3	1	20	18	6	1	45
R62	8	3	4	0	32	9	8	0	49
R63	2	5	8	0	8	15	16	0	39
R64	1	8	6	0	4	24	12	0	40
R65	2	5	8	0	8	15	16	0	39
R66	3	7	3	2	12	21	6	2	41
R67	0	6	4	5	0	18	8	5	31
R68	3	7	3	2	12	21	6	2	41
R69	3	4	8	0	12	12	16	0	40

No	Jawaban				Penskoran				Total
Resp.	SS	S	TS	STS	4	3	2	1	X2
R70	7	5	2	1	28	15	4	1	48
R71	2	9	3	1	8	27	6	1	42
R72	9	5	1	0	36	15	2	0	53
R73	6	9	0	0	24	27	0	0	51
R74	5	9	1	0	20	27	2	0	49
R75	3	8	0	4	12	24	0	4	40
R76	2	4	8	0	8	12	16	0	36
R77	4	10	1	0	16	30	2	0	48
R78	6	6	3	0	24	18	6	0	48
R79	6	8	1	0	24	24	2	0	50
R80	0	9	5	1	0	27	10	1	38
R81	0	10	5	0	0	30	10	0	40
R82	2	10	2	1	8	30	4	1	43
R83	0	10	5	0	0	30	10	0	40
R84	0	11	4	0	0	33	8	0	41
R85	10	5	0	0	40	15	0	0	55
R86	0	8	7	0	0	24	14	0	38
R87	0	10	4	1	0	30	8	1	39
Total									3782

Data nilai angket pada lampiran kemudian dimasukkan kedalam tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui nilai rata-rata atau *mean* lokasi. Tabel distribusi diatas akan dihitung nilai *mean* dan interval kelas mengenai lokasi dengan rumus:

a. Mencari nilai rata-rata :

$$\begin{aligned}
 \bar{X} &= \frac{\sum fx}{87} \\
 &= \frac{3782}{87} \\
 &= 43,471
 \end{aligned}$$

- b. Mencari jumlah kelas yang dikehendaki, dengan rumus:

$$\begin{aligned}K &= 1 + 3,3 \log n \\&= 1 + 3,3 \log 87 \\&= 1 + 3,3 (2,2764) \\&= 1 + (7,51212) \\&= 8,51 \text{ dibulatkan menjadi } 9\end{aligned}$$

- c. Mencari range:

$$R = H - L + 1$$

Keterangan:

H = nilai tertinggi

L = nilai terendah

1 = bilangan konstan

$$\begin{aligned}R &= 57 - 27 + 1 \\&= 30 + 1 = 31\end{aligned}$$

- d. Menentukan interval kelas, dengan rumus:

$$i = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

i = Nilai interval

R = Range (batas nilai tertinggi- nilai terendah)

K = Jumlah kelas yang dikehendaki

$$\begin{aligned}i &= \frac{R}{K} \\&= \frac{31}{9} \\&= 3,4 \text{ dibulatkan menjadi } 3\end{aligned}$$

Tabel 4.5
Distribusi Skor Mean (Lokasi)

Interval	M'	F	x'	fx'	x ²	fx ²
53-56	54	5	4	20	16	21
51-52	51	8	3	24	9	17
46-50	48	16	2	32	4	20
41-45	43	12	1	12	1	13
36-40	38	20	0	0	0	20
31-35	33	25	-1	-25	1	26
26-30	28	1	-2	-2	4	5
Jumlah		87		$\sum fx' = -61$		$\sum fx^2 = 122$

M' = *mean* terkaan

e. Mencari *Mean*:

$$\begin{aligned}
 M &= M' + i \left(\frac{\sum fx'}{N} \right) \\
 &= 43 + 3 \left(\frac{-61}{189} \right) \\
 &= 443 + 3 (-0,322) \\
 &= 43 + (0,966) \\
 &= 43,966
 \end{aligned}$$

f. Mencari standar deviasi:

$$\begin{aligned}
 SD &= i \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N} - \left(\frac{\sum fx'}{N} \right)^2} \\
 &= 3 \sqrt{\frac{122}{87} - \left(\frac{-61}{87} \right)^2} \\
 &= 3 \sqrt{1,4023 - (-0,333)^2} \\
 &= 3 \sqrt{1,4023 - 0,110} \\
 &= 3 \times \sqrt{1,2923} \\
 &= 3 \times 1,1367 \\
 &= 3,4101
 \end{aligned}$$

Setelah diketahui nilai *mean*, untuk melakukan penafsiran nilai *mean* yang telah didapat peneliti membuat interval kategori dari skor mentah kedalam standar skala lima:

$$M + 1,5 \text{ SD} = 43,966 + 1,5 (3,4101) = 50,75 = 50 \text{ ke atas}$$

$$M + 0,5 \text{ SD} = 43,966 + 0,5 (3,4101) = 44,92 = 44 - 49$$

$$M - 0,5 \text{ SD} = 43,966 - 0,5 (3,4101) = 39,08 = 39 - 43$$

$$M - 1,5 \text{ SD} = 43,966 - 1,5 (3,4101) = 33,24 = 33 - 38$$

$$= 33 \text{ ke bawah}$$

Kemudian untuk mengetahui kualitas variabel lokasi maka dibuat tabel kualitas variabel lokasi sebagai berikut:

Tabel 4.6
Lokasi

No	Interval	Kategori
1	50 ke atas	Sangat Baik
2	44 – 49	Baik
3	39 – 43	Cukup
4	33 – 38	Buruk
5	33 ke bawah	Sangat Buruk

Dari hasil perhitungan data tersebut dapat diketahui bahwa *mean* dari lokasi di MIN 2 Kendal sebesar 43,966 atau berada pada interval 42-44 yang berarti lokasi di MIN 2 Kendal adalah tergolong “**Cukup**”. Jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi di MIN 2 Kendal cukup baik.

3. Data Sarana Prasarana siswa di MIN 2 Kendal

Langkah yang sama juga dilakukan untuk mengetahui nilai kuantitatif Sarana Prasarana di MIN 2 Kendal dilakukan dengan

cara menggunakan skor jawaban angket Sarana Prasarana sebanyak 21 item pernyataan dari responden sebagai berikut:

Tabel 4.7
Skor Kuesioner Sarana Prasarana (X3)

No	Jawaban				Penskoran				Total
Resp.	SS	S	TS	STS	4	3	2	1	X3
R1	11	4	5	1	44	12	10	1	67
R2	9	9	2	0	36	27	4	0	67
R3	13	5	2	1	52	15	4	1	72
R4	11	4	1	5	44	12	2	5	63
R5	4	5	12	0	16	15	24	0	55
R6	5	15	1	0	20	45	2	0	67
R7	6	6	3	0	24	18	6	0	48
R8	15	4	2	0	60	12	4	0	76
R9	2	4	12	3	8	12	24	3	47
R10	4	12	5	0	16	36	10	0	62
R11	3	6	11	1	12	18	22	1	53
R12	6	10	4	1	24	30	8	1	63
R13	2	7	2	10	8	21	4	10	43
R14	6	12	3	0	24	36	6	0	66
R15	10	1	10	0	40	3	20	0	63
R16	11	9	1	0	44	27	2	0	73
R17	2	12	5	2	8	36	10	2	56
R18	2	5	2	12	8	15	4	12	39
R19	11	9	1	0	44	27	2	0	73
R20	3	11	7	0	12	33	14	0	59
R21	12	6	1	2	48	18	2	2	70
R22	14	2	5	0	56	6	10	0	72
R23	16	5	0	0	64	15	0	0	79
R24	2	10	9	0	8	30	18	0	56
R25	12	1	1	7	48	3	2	7	60
R26	2	15	3	1	8	45	6	1	60

No	Jawaban				Penskoran				Total
Resp.	SS	S	TS	STS	4	3	2	1	X3
R27	5	5	7	4	20	15	14	4	53
R28	5	7	4	5	20	21	8	5	54
R29	12	5	3	1	48	15	6	1	70
R30	4	2	9	6	16	6	18	6	46
R31	9	7	3	2	36	21	6	2	65
R32	10	9	2	0	40	27	4	0	71
R33	11	8	2	0	44	24	4	0	72
R34	9	7	5	0	36	21	10	0	67
R35	5	6	11	0	20	18	22	0	60
R36	6	13	2	0	24	39	4	0	67
R37	8	7	6	0	32	21	12	0	65
R38	13	5	3	0	52	15	6	0	73
R39	2	6	8	5	8	18	16	5	47
R40	6	12	3	0	24	36	6	0	66
R41	4	5	10	2	16	15	20	2	53
R42	8	9	3	1	32	27	6	1	66
R43	2	8	2	9	8	24	4	9	45
R44	8	10	3	0	32	30	6	0	68
R45	8	2	11	0	32	6	22	0	60
R46	2	11	8	0	8	33	16	0	57
R47	2	13	3	3	8	39	6	3	56
R48	2	5	4	10	8	15	8	10	41
R49	12	8	1	0	48	24	2	0	74
R50	4	10	7	0	16	30	14	0	60
R51	11	6	1	3	44	18	2	3	67
R52	13	3	5	0	52	9	10	0	71
R53	17	4	0	0	68	12	0	0	80
R54	2	8	11	0	8	24	22	0	54
R55	15	1	5	0	60	3	10	0	73
R56	2	12	6	1	8	36	12	1	57
R57	3	7	5	0	12	21	10	0	43

No	Jawaban				Penskoran				Total
Resp.	SS	S	TS	STS	4	3	2	1	X3
R58	5	6	6	4	20	18	12	4	54
R59	10	6	5	0	40	18	10	0	68
R60	5	3	6	7	20	9	12	7	48
R61	12	7	2	0	48	21	4	0	73
R62	15	3	3	0	60	9	6	0	75
R63	2	5	14	0	8	15	28	0	51
R64	2	12	7	0	8	36	14	0	58
R65	2	9	10	0	8	27	20	0	55
R66	3	9	6	3	12	27	12	3	54
R67	2	8	1	10	8	24	2	10	44
R68	4	13	4	0	16	39	8	0	63
R69	9	0	12	0	36	0	24	0	60
R70	13	8	0	0	52	24	0	0	76
R71	2	12	7	0	8	36	14	0	58
R72	12	7	2	0	48	21	4	0	73
R73	6	15	0	0	24	45	0	0	69
R74	8	11	2	0	32	33	4	0	69
R75	1	13	0	7	4	39	0	7	50
R76	14	0	7	0	56	0	14	0	70
R77	3	17	1	0	12	51	2	0	65
R78	6	10	5	0	24	30	10	0	64
R79	9	10	2	0	36	30	4	0	70
R80	0	12	8	1	0	36	16	1	53
R81	0	12	9	0	0	36	18	0	54
R82	2	14	3	2	8	42	6	2	58
R83	0	12	9	0	0	36	18	0	54
R84	0	14	7	0	0	42	14	0	56
R85	10	5	0	0	40	15	0	0	55
R86	0	10	11	0	0	30	22	0	52
R87	0	16	3	2	0	48	6	2	56
Total									5315

Data nilai angket pada lampiran kemudian dimasukkan kedalam tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui nilai rata-rata atau *mean* Sarana Prasarana. Tabel distribusi diatas akan dihitung nilai *mean* dan interval kelas mengenai Sarana Prasarana dengan rumus:

- a. Mencari nilai rata-rata :

$$\begin{aligned}\overline{X} &= \frac{\sum fx}{N} \\ &= \frac{5315}{87} \\ &= 61,09\end{aligned}$$

- g. Mencari jumlah kelas yang dikehendaki, dengan rumus:

$$\begin{aligned}K &= 1+ 3,3 \log n \\ &= 1+ 3,3 \log 87 \\ &= 1+ 3,3 (2,2764) \\ &= 1+ (7,51212) \\ &= 8,51 \text{ dibulatkan menjadi } 9\end{aligned}$$

- h. Mencari range:

$$R = H-L+1$$

Keterangan:

H = nilai tertinggi
L = nilai terendah
1 = bilangan konstan

$$\begin{aligned}R &= 80 - 39 + 1 \\ &= 41 + 1 = 42\end{aligned}$$

- i. Menentukan interval kelas, dengan rumus:

$$i = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

i = Nilai interval

R= Range (batas nilai tertinggi- nilai terendah)

K= Jumlah kelas yang dikehendaki

$$i = \frac{R}{K}$$

$$= \frac{42}{9}$$

= 4,55 dibulatkan menjadi 5

Tabel 4.8
Distribusi Skor Mean (Sarana Prasarana)

Interval	M'	F	x'	fx'	x ²	fx ²
75-80	77	6	4	24	16	96
68-74	71	20	3	60	9	180
62-67	64	18	2	36	4	72
56-61	58	17	1	17	1	17
50-55	52	17	0	0	0	0
45-49	47	6	-1	-6	1	6
39-44	41	5	-2	-10	4	20
Jumlah		87		$\Sigma fx' = -121$		$\Sigma fx^2 = 391$

M' = *mean* terkaan

j. Mencari *Mean*:

$$M = M' + i \left(\frac{\Sigma fx'}{N} \right)$$

$$= 71 + 5 \left(\frac{121}{87} \right)$$

$$= 71 + 5 (1,3908)$$

$$= 71 + (6,954)$$

$$= 77,954$$

k. Mencari standar deviasi:

$$\begin{aligned}
 SD &= i \sqrt{\frac{\sum f x^2}{N} - \left(\frac{\sum f x'}{N}\right)^2} \\
 &= 5 \sqrt{\frac{391}{87} - \left(\frac{121}{87}\right)^2} \\
 &= 5 \sqrt{4,4942 - (1,390)^2} \\
 &= 5 \sqrt{4,4942 - 1,934} \\
 &= 5 \times \sqrt{2,5602} \\
 &= 5 \times 1,6001 \\
 &= 8,0005
 \end{aligned}$$

Setelah diketahui nilai *mean*, untuk melakukan penafsiran nilai *mean* yang telah didapat peneliti membuat interval kategori dari skor mentah kedalam standar skala lima:

$$M + 1,5 SD = 77,954 + 1,5 (8,0005) = 89,95 = 90 \text{ ke atas}$$

$$M + 0,5 SD = 77,954 + 0,5 (8,0005) = 81,95 = 82 - 89$$

$$M - 0,5 SD = 77,954 - 0,5 (8,0005) = 73,95 = 74 - 81$$

$$\begin{aligned}
 M - 1,5 SD &= 77,954 - 1,5 (8,0005) = 65,95 = 65 - 73 \\
 &= 65 \text{ ke bawah}
 \end{aligned}$$

Kemudian untuk mengetahui kualitas variabel Sarana Prasarana maka dibuat tabel kualitas variabel Sarana Prasarana sebagai berikut:

Tabel 4.9
Sarana prasarana

No	Interval	Kategori
1	90 ke atas	Sangat Baik
2	82 – 89	Baik
3	74 – 81	Cukup
4	65 – 73	Buruk
5	65 ke bawah	Sangat Buruk

Dari hasil perhitungan data tersebut dapat diketahui bahwa *mean* dari sarana prasarana di MIN 2 Kendal sebesar 77,954 atau berada pada interval 74–81 yang berarti sarana prasarana di MIN 2 Kendal adalah tergolong “**Cukup**”. Jadi dapat disimpulkan bahwa sarana prasarana di MIN 2 Kendal cukup baik..

4. Data Minat orang tua di MIN 2 Kendal

Langkah yang sama juga dilakukan untuk mengetahui nilai kuantitatif minat orang tua di MIN 2 Kendal dilakukan dengan cara menggunakan skor jawaban angket minat sebanyak 15 item pernyataan dari responden sebagai berikut:

Tabel 4.10
Skor Kuesioner Minat

No	Jawaban				Penskoran				Total
Resp.	SS	S	TS	STS	4	3	2	1	Y
R1	8	5	2	0	32	15	4	0	66
R2	5	9	1	0	20	27	2	0	64
R3	4	10	1	0	16	30	2	0	63
R4	2	8	2	3	8	24	4	3	54
R5	1	9	5	0	4	27	10	0	56
R6	2	10	3	0	8	30	6	0	59
R7	6	4	5	0	24	12	10	0	61
R8	5	9	1	0	20	27	2	0	64
R9	0	10	4	1	0	30	8	1	54
R10	0	11	4	0	0	33	8	0	56
R11	2	8	4	1	8	24	8	1	56
R12	0	12	3	0	0	36	6	0	57
R13	0	13	2	0	0	39	4	0	58
R14	11	4	0	0	44	12	0	0	71
R15	0	7	8	0	0	21	16	0	52
R16	0	10	5	0	0	30	10	0	55
R17	0	12	3	0	0	36	6	0	57
R18	0	5	1	9	0	15	2	9	41
R19	10	5	0	0	40	15	0	0	70

No	Jawaban				Penskoran				Total
Resp.	SS	S	TS	STS	4	3	2	1	Y
R20	0	11	4	0	0	33	8	0	56
R21	1	13	1	0	4	39	2	0	60
R22	8	4	3	0	32	12	6	0	65
R23	11	4	0	0	44	12	0	0	71
R24	0	12	2	0	0	36	4	0	54
R25	7	2	5	1	28	6	10	1	60
R26	0	15	0	0	0	45	0	0	60
R27	2	1	10	2	8	3	20	2	48
R28	4	11	0	0	16	33	0	0	64
R29	2	6	7	0	8	18	14	0	55
R30	0	8	5	2	0	24	10	2	51
R31	5	6	3	1	20	18	6	1	60
R32	6	8	1	0	24	24	2	0	65
R33	8	5	2	0	32	15	4	0	66
R34	6	4	1	4	24	12	2	4	57
R35	2	5	8	0	8	15	16	0	54
R36	3	11	1	0	12	33	2	0	62
R37	5	6	4	0	20	18	8	0	61
R38	9	4	2	0	36	12	4	0	67
R39	0	4	8	3	0	12	16	3	46
R40	2	9	4	0	8	27	8	0	58
R41	1	5	8	1	4	15	16	1	51
R42	4	7	3	1	16	21	6	1	59
R43	0	6	2	7	0	18	4	7	44
R44	4	8	3	0	16	24	6	0	61
R45	5	1	9	0	20	3	18	0	56
R46	6	8	1	0	24	24	2	0	65
R47	0	9	4	2	0	27	8	2	52
R48	0	4	2	9	0	12	4	9	40
R49	8	6	1	0	32	18	2	0	67
R50	1	8	6	0	4	24	12	0	55
R51	7	5	1	2	28	15	2	2	62
R52	9	2	2	4	36	6	4	4	67
R53	11	4	0	0	44	12	0	0	71
R54	0	7	8	0	0	21	16	0	52
R55	9	1	1	4	36	3	2	4	60
R56	0	11	3	1	0	33	6	1	55
R57	3	5	5	2	12	15	10	2	54

No	Jawaban				Penskoran				Total
Resp.	SS	S	TS	STS	4	3	2	1	Y
R58	2	6	4	3	8	18	8	3	52
R59	6	5	3	1	24	15	6	1	61
R60	2	2	6	5	8	6	12	5	46
R61	7	6	2	0	28	18	4	0	65
R62	9	4	2	0	36	12	4	0	67
R63	0	4	11	0	0	12	22	0	49
R64	0	9	6	0	0	27	12	0	54
R65	0	6	9	0	0	18	18	0	51
R66	2	7	4	2	8	21	8	2	54
R67	0	6	2	7	0	18	4	7	44
R68	2	9	4	0	8	27	8	0	58
R69	5	10	0	0	20	30	0	0	65
R70	9	6	0	0	36	18	0	0	69
R71	0	9	6	0	0	27	12	0	54
R72	9	5	1	0	36	15	2	0	68
R73	4	11	0	0	16	33	0	0	64
R74	5	9	1	0	20	27	2	0	64
R75	2	8	0	5	8	24	0	5	52
R76	0	9	6	0	0	27	12	0	54
R77	3	11	1	0	12	33	2	0	62
R78	5	6	4	0	20	18	8	0	61
R79	6	8	1	0	24	24	2	0	65
R80	0	9	6	0	0	27	12	0	54
R81	0	9	6	0	0	27	12	0	54
R82	1	10	3	1	4	30	6	1	56
R83	0	9	6	0	0	27	12	0	54
R84	0	12	3	0	0	36	6	0	57
R85	9	6	0	0	36	18	0	0	69
R86	0	6	9	0	0	18	18	0	51
R87	0	11	3	1	0	33	6	1	55
Total									5054

Data nilai angket pada lampiran kemudian dimasukkan kedalam tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui nilai rata-rata

atau *mean* minat . Tabel distribusi diatas akan dihitung nilai *mean* dan interval kelas mengenai minat dengan rumus:

- a. Mencari nilai rata-rata :

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\sum fx}{N} \\ &= \frac{5054}{87} \\ &= 58,05\end{aligned}$$

- b. Mencari jumlah kelas yang dikehendaki, dengan rumus:

$$\begin{aligned}K &= 1+ 3,3 \log n \\ &= 1+ 3,3 \log 87 \\ &= 1+ 3,3 (2,2764) \\ &= 1+ (7,51212) \\ &= 8,51 \text{ dibulatkan menjadi } 9\end{aligned}$$

- c. Mencari range:

$$R = H-L+1$$

Keterangan:

H= nilai tertinggi

L= nilai terendah

1= bilangan konstan

$$\begin{aligned}R &= 70 - 40 + 1 \\ &= 30 + 1 = 31\end{aligned}$$

- d. Menentukan interval kelas, dengan rumus:

$$i = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

i = Nilai interval

R = Range (batas nilai tertinggi- nilai terendah)

K = Jumlah kelas yang dikehendaki

$$i = \frac{R}{K}$$

$$= \frac{31}{9}$$

= 3,44 dibulatkan menjadi 3

Tabel 4.11
Distribusi Skor Mean (Minat)

Interval	M'	F	x'	fx'	x ²	fx ²
68-70	69	8	4	32	16	128
64-67	65	18	3	54	9	162
60-63	61	14	2	28	4	56
56-59	57	15	2	30	4	60
52-55	53	20	0	0	0	0
48-51	49	6	-1	-6	1	6
44-47	45	4	-2	-8	4	16
40-43	41	2	-3	-6	9	18
Jumlah		87		$\Sigma fx' = 124$		$\Sigma fx^2 = 446$

M' = *mean* terkaan

1. Mencari *Mean*:

$$M = M' + i \left(\frac{\Sigma fx'}{N} \right)$$

$$= 53 + 3 \left(\frac{124}{87} \right)$$

$$= 53 + 3 (1,425)$$

$$= 53 + (4,275)$$

$$= 57,275$$

m. Mencari standar deviasi:

$$\begin{aligned}
 SD &= i \sqrt{\frac{\sum f x^2}{N} - \left(\frac{\sum f x'}{N}\right)^2} \\
 &= 3 \sqrt{\frac{446}{87} - \left(\frac{124}{87}\right)^2} \\
 &= 3 \sqrt{5,1264 - (1,4256)^2} \\
 &= 3 \sqrt{5,1264 - 2,0318} \\
 &= 3 \times \sqrt{3,0946} \\
 &= 3 \times 1,7591 \\
 &= 5,2773
 \end{aligned}$$

Setelah diketahui nilai *mean*, untuk melakukan penafsiran nilai *mean* yang telah didapat peneliti membuat interval kategori dari skor mentah kedalam standar skala lima:

$$M + 1,5 SD = 57,275 + 1,5 (5,2773) = 65,19 = 65 \text{ ke atas}$$

$$M + 0,5 SD = 57,275 + 0,5 (5,2773) = 59,91 = 44 - 64$$

$$M - 0,5 SD = 57,275 - 0,5 (5,2773) = 54,63 = 54 - 58$$

$$M - 1,5 SD = 57,275 - 1,5 (5,2773) = 49,35 = 49 - 53$$

= 49 ke bawah

Kemudian untuk mengetahui kualitas variabel minat maka dibuat tabel kualitas variabel minat sebagai berikut:

Tabel 4.12
Minat

No	Interval	Kategori
1	65 ke atas	Sangat Baik
2	44 – 64	Baik
3	54 – 58	Cukup
4	54 – 58	Buruk
5	49 ke bawah	Sangat Buruk

Dari hasil perhitungan data tersebut dapat diketahui bahwa *mean* dari minat di MIN 2 Kendal sebesar 57,275 atau berada pada interval 54–58 yang berarti minat di MIN 2 Kendal adalah tergolong “**Cukup**”. Jadi dapat disimpulkan bahwa sarana dan prasarana di MIN 2 Kendal cukup baik.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Analisis Pendahuluan

Dalam tahap ini peneliti memasukkan hasil pengolahan data angket responden kedalam data tabel distribusi frekuensi. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan teknik statistik yang menghitung nilai kuantitas dengan cara memberikan penilaian berdasarkan atas jawaban anget yang telah disebarkan kepada responden. Adapun proses perhitungannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Tabel Penolong Regresi

Resp	X1	X2	X3	Y	X_1^2	X_2^2	X_3^2	Y^2	X_1Y	X_2Y	X_3Y	X_1X_2	X_1X_3
R1	42	53	67	51	1764	2809	4489	2601	2142	2703	3417	2226	2814
R2	46	51	69	49	2116	2601	4761	2401	2254	2499	3381	2346	3174
R3	48	49	72	48	2304	2401	5184	2304	2304	2352	3456	2352	3456
R4	38	40	63	39	1444	1600	3969	1521	1482	1560	2457	1520	2394
R5	36	41	55	41	1296	1681	3025	1681	1476	1681	2255	1476	1980
R6	43	48	67	44	1849	2304	4489	1936	1892	2112	2948	2064	2881
R7	42	48	66	46	1764	2304	4356	2116	1932	2208	3036	2016	2772
R8	51	50	76	49	2601	2500	5776	2401	2499	2450	3724	2550	3876
R9	27	38	47	39	729	1444	2209	1521	1053	1482	1833	1026	1269
R10	40	40	62	41	1600	1600	3844	1681	1640	1640	2542	1600	2480
R11	35	43	53	41	1225	1849	2809	1681	1435	1763	2173	1505	1855
R12	41	40	63	42	1681	1600	3969	1764	1722	1680	2646	1640	2583
R13	29	41	43	43	841	1681	1849	1849	1247	1763	1849	1189	1247
R14	45	55	66	56	2025	3025	4356	3136	2520	3080	3696	2475	2970
R15	41	38	63	37	1681	1444	3969	1369	1517	1406	2331	1558	2583
R16	46	39	73	40	2116	1521	5329	1600	1840	1560	2920	1794	3358
R17	32	41	56	42	1024	1681	3136	1764	1344	1722	2352	1312	1792
R18	25	32	39	26	625	1024	1521	676	650	832	1014	800	975
R19	48	57	73	55	2304	3249	5329	3025	2640	3135	4015	2736	3504

Resp	X1	X2	X3	Y	X_1^2	X_2^2	X_3^2	Y^2	X_1Y	X_2Y	X_3Y	X_1X_2	X_1X_3
R20	35	39	59	41	1225	1521	3481	1681	1435	1599	2419	1365	2065
R21	43	45	70	45	1849	2025	4900	2025	1935	2025	3150	1935	3010
R22	45	49	72	50	2025	2401	5184	2500	2250	2450	3600	2205	3240
R23	50	55	79	56	2500	3025	6241	3136	2800	3080	4424	2750	3950
R24	35	41	56	42	1225	1681	3136	1764	1470	1722	2352	1435	1960
R25	41	45	60	45	1681	2025	3600	2025	1845	2025	2700	1845	2460
R26	40	44	60	45	1600	1936	3600	2025	1800	1980	2700	1760	2400
R27	29	32	53	33	841	1024	2809	1089	957	1056	1749	928	1537
R28	35	48	54	49	1225	2304	2916	2401	1715	2352	2646	1680	1890
R29	49	42	70	40	2401	1764	4900	1600	1960	1680	2800	2058	3430
R30	26	36	46	36	676	1296	2116	1296	936	1296	1656	936	1196
R31	50	44	65	45	2500	1936	4225	2025	2250	1980	2925	2200	3250
R32	46	49	71	50	2116	2401	5041	2500	2300	2450	3550	2254	3266
R33	46	51	72	51	2116	2601	5184	2601	2346	2601	3672	2346	3312
R34	35	39	62	42	1225	1521	3844	1764	1470	1638	2604	1365	2170
R35	37	39	58	39	1369	1521	3364	1521	1443	1521	2262	1443	2146
R36	43	47	67	47	1849	2209	4489	2209	2021	2209	3149	2021	2881
R37	42	45	65	46	1764	2025	4225	2116	1932	2070	2990	1890	2730
R38	47	52	73	52	2209	2704	5329	2704	2444	2704	3796	2444	3431
R39	35	31	47	31	1225	961	2209	961	1085	961	1457	1085	1645
R40	37	42	66	43	1369	1764	4356	1849	1591	1806	2838	1554	2442
R41	39	37	53	36	1521	1369	2809	1296	1404	1332	1908	1443	2067
R42	37	43	66	44	1369	1849	4356	1936	1628	1892	2904	1591	2442
R43	38	31	45	29	1444	961	2025	841	1102	899	1305	1178	1710
R44	51	46	68	46	2601	2116	4624	2116	2346	2116	3128	2346	3468
R45	34	39	60	41	1156	1521	3600	1681	1394	1599	2460	1326	2040
R46	38	49	69	50	1444	2401	4761	2500	1900	2450	3450	1862	2622
R47	38	36	56	37	1444	1296	3136	1369	1406	1332	2072	1368	2128
R48	31	27	41	25	961	729	1681	625	775	675	1025	837	1271
R49	52	53	74	52	2704	2809	5476	2704	2704	2756	3848	2756	3848
R50	36	39	60	40	1296	1521	3600	1600	1440	1560	2400	1404	2160
R51	42	46	67	47	1764	2116	4489	2209	1974	2162	3149	1932	2814
R52	44	48	71	50	1936	2304	5041	2500	2200	2400	3550	2112	3124
R53	51	55	80	56	2601	3025	6400	3136	2856	3080	4480	2805	4080
R54	38	36	54	37	1444	1296	2916	1369	1406	1332	1998	1368	2052
R55	45	48	67	45	2025	2304	4489	2025	2025	2160	3015	2160	3015
R56	41	40	57	40	1681	1600	3249	1600	1640	1600	2280	1640	2337
R57	30	43	54	39	900	1849	2916	1521	1170	1677	2106	1290	1620
R58	46	41	54	37	2116	1681	2916	1369	1702	1517	1998	1886	2484
R59	49	47	68	46	2401	2209	4624	2116	2254	2162	3128	2303	3332
R60	36	38	48	31	1296	1444	2304	961	1116	1178	1488	1368	1728
R61	46	45	73	50	2116	2025	5329	2500	2300	2250	3650	2070	3358
R62	40	49	75	52	1600	2401	5625	2704	2080	2548	3900	1960	3000
R63	47	39	51	34	2209	1521	2601	1156	1598	1326	1734	1833	2397
R64	33	40	58	39	1089	1600	3364	1521	1287	1560	2262	1320	1914
R65	34	39	55	36	1156	1521	3025	1296	1224	1404	1980	1326	1870
R66	50	41	54	39	2500	1681	2916	1521	1950	1599	2106	2050	2700
R67	36	31	44	29	1296	961	1936	841	1044	899	1276	1116	1584
R68	42	41	63	43	1764	1681	3969	1849	1806	1763	2709	1722	2646
R69	38	40	60	40	1444	1600	3600	1600	1520	1600	2400	1520	2280
R70	44	48	76	54	1936	2304	5776	2916	2376	2592	4104	2112	3344
R71	30	42	58	39	900	1764	3364	1521	1170	1638	2262	1260	1740
R72	42	53	73	53	1764	2809	5329	2809	2226	2809	3869	2226	3066
R73	46	51	69	49	2116	2601	4761	2401	2254	2499	3381	2346	3174
R74	48	49	69	49	2304	2401	4761	2401	2352	2401	3381	2352	3312

Resp	X1	X2	X3	Y	X_1^2	X_2^2	X_3^2	Y^2	X_1Y	X_2Y	X_3Y	X_1X_2	X_1X_3
R75	38	40	50	37	1444	1600	2500	1369	1406	1480	1850	1520	1900
R76	36	39	56	39	1296	1521	3136	1521	1404	1521	2184	1404	2016
R77	43	48	65	47	1849	2304	4225	2209	2021	2256	3055	2064	2795
R78	42	48	64	46	1764	2304	4096	2116	1932	2208	2944	2016	2688
R79	46	50	70	50	2116	2500	4900	2500	2300	2500	3500	2300	3220
R80	48	38	53	39	2304	1444	2809	1521	1872	1482	2067	1824	2544
R81	38	40	54	39	1444	1600	2916	1521	1482	1560	2106	1520	2052
R82	36	43	58	41	1296	1849	3364	1681	1476	1763	2378	1548	2088
R83	43	40	54	39	1849	1600	2916	1521	1677	1560	2106	1720	2322
R84	42	41	56	42	1764	1681	3136	1764	1764	1722	2352	1722	2352
R85	51	55	75	54	2601	3025	5625	2916	2754	2970	4050	2805	3825
R86	27	38	52	36	729	1444	2704	1296	972	1368	1872	1026	1404
R87	40	39	56	40	1600	1521	3136	1600	1600	1560	2240	1560	2240
Resp	X1	X2	X3	Y	X_1^2	X_2^2	X_3^2	Y^2	X_1Y	X_2Y	X_3Y	X_1X_2	X_1X_3
Jml	3523	3768	5351	3740	146333	166626	336749	164864	153863	165550	234894	154901	220547

2. Analisis Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas permasalahan yang dirumuskan. Oleh sebab itu, jawaban sementara ini harus diuji kebenarannya secara empirik. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik regresi sederhana dan berganda.

a. Pengaruh produk (X1) terhadap minat orang tua (Y) di MIN 2 Kendal

Analisis regresi sederhana ini dilakukan untuk menguji hipotesis pengaruh produk terhadap minat orang tua. Untuk menguji hipotesis dan membuktikan hipotesis yang dilakukan oleh peneliti maka digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Analisis Korelasi

Mencari korelasi antara X1 dan Y dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dengan rumus:

$$rx1y = \frac{\sum x1y}{\sqrt{(\sum x1^2)(\sum y^2)}}$$

Sebelum menggunakan teknik korelasi dengan rumus diatas, maka mencari skor deviasi terlebih dahulu, dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned}\sum x1^2 &= \sum X1^2 - \frac{(\sum X1)^2}{N} \\ &= 146333 - \frac{(3523)^2}{87} \\ &= 146333 - 142661,2 \\ &= 3671,8\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\sum y^2 &= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \\ &= 164864 - 160777,0 \\ &= 408,7\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\sum x1y &= \sum x1y - \frac{(\sum x1)(\sum Y)}{N} \\ &= 153863 - \frac{(3523)(3740)}{87} \\ &= 153863 - 151448,5 \\ &= 2414,5\end{aligned}$$

Diketahui:

$$\begin{aligned}\sum x1^2 &= 3671,8 \\ \sum y^2 &= 408,7 \\ \sum x1y &= 2414,5\end{aligned}$$

Sehingga teknik korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

$$rx1y = \frac{\sum x1y}{\sqrt{(\sum x1^2)(\sum y^2)}}$$

$$= \frac{2414,5}{\sqrt{(3671,8)(408,7)}}$$

$$= \frac{2414,5}{3871,7}$$

$$= 0,623$$

Dari hasil perhitungan korelasi yang telah dilakukan, diperoleh koefisien korelasi $r_{xly} = 0,623$.

Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N = 87$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel} = 0,213$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{xly} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan teknik perhitungan korelasi diperoleh $r_{xly} > r_{tabel}$ ($0,623 > 0,213$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara produk (X1) terhadap minat (Y) adalah signifikan.

Tabel 4.14 Koefisien Korelasi X_1Y

N	r_{xly}	r_{tabel} $\alpha = 0,05 \text{ } n = 87$	Kesimpulan
87	0,623	0,213	Signifikan

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya korelasi dua variabel yang telah tersebut diatas dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.15 Tingkat Koefisien Korelasi X_1Y

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
0,80 – 0,1000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Sedang
0,20 – 0,399	Lemah
0,00 – 0,199	Sangat Lemah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tingkat korelasi produk (X1) terhadap minat (Y) sebesar 0,623 dalam kategori “Kuat” karena terletak diatas interval 0,60 – 0,799.

Data tersebut diperkuat dengan menggunakan SPSS sebagai berikut:

Correlations

		Produk (X1)	Minat (Y)
Produk (X1)	Pearson Correlation	1	,623(**)
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	87	87
Minat (Y)	Pearson Correlation	,623(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	87	87

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2) Analisis Regresi Sederhana

Langkah-langkah yang digunakan dalam analisis regresi sederhana dalam penelitian ini sebagai berikut:

a) Mencari persamaan garis regresi dengan rumus:

$$\hat{Y} = a + bx$$

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \sum Y}{n \cdot x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{N}$$

Harga b dan a dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{N \cdot \sum XY - \sum X \sum Y}{n \cdot x^2 - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{87 \cdot (153863) - (3523)(3740)}{87 \cdot (146333) - (3523)^2} \\
 &= \frac{210061}{319442} \\
 &= 0,657
 \end{aligned}$$

Jadi harga $b = 0,657$. Sedangkan untuk mencari a adalah menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} a &= \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{N} \\ &= \frac{3740 - 0,657 \cdot (3768)}{87} \\ &= \frac{1264,43}{87} \\ &= 14,53 \end{aligned}$$

Diketahui b sebesar $0,657$ dan nilai a sebesar $14,53$ maka persamaan garis regresinya adalah

$$\hat{Y} = a + bx$$

$$\hat{Y} = 14,53 + 0,657x$$

Dari persamaan garis regresi sederhana tersebut, maka dapat diartikan bahwa:

\hat{Y} = variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas.

$a = 14,53$ merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa minat orang tua di MIN 2 Kendal (Y) akan konstan sebesar $14,53$ satuan jika tidak ada pengaruh dari produksi (X_1).

$b = 0,657$ merupakan besarnya kontribusi variabel produk (X_1) mempengaruhi variabel minat orang tua (Y). Variabel b sebesar $0,657$ dengan tanda positif, hasil tersebut berarti bahwa minat siswa di MIN 2 Kendal (Y) akan berubah sebesar $0,657$ dengan sifat

hubungan yang searah. Jika variabel produk (X_i) berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat siswa di MIN 2 Kendal akan turun sebesar 0,657 satuan. Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa apabila produk tidak memiliki nilai, maka diperkirakan minat tersebut mendapatkan nilai 0,657. Misalnya apabila nilai produk adalah = 5 maka nilai rata-rata 11,25 karena

$$\hat{Y} = 14,53 + 0,657(5) = 14,53 + 3,28 = 11,25$$

Disimpulkan bahwa semakin baik fasilitas maka semakin baik pula minat siswa.

b) Uji F atau uji simultan

Sebelum mencari nilai F, maka ditentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya (*level of significant*) dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 87 (dari $N - 2 = 87 - 2$), maka diperoleh $F_{\text{tabel } 5\%}$ sebesar 3,89.

Setelah taraf signifikan F_{tabel} dalam penelitian ini diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari harga F dengan menggunakan rumus-rumus sebagai berikut:

(1) Mencari Jumlah Kuadrat Regresi

($JK_{\text{Reg}[a]}$) dengan rumus :

$$\begin{aligned} JK_{\text{Reg}[a]} &= \frac{(\sum Y)^2}{n} \\ &= \frac{(3740)^2}{87} \\ &= 1894,98 \end{aligned}$$

- (2) Mencari Jumlah Kuadrat Regresi ($JK_{Reg[b|a]}$) dengan rumus :

$$\begin{aligned}
 JK_{Reg[b|a]} &= b \left\{ \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n} \right\} \\
 &= 0,657 \left\{ 153863 - \frac{(3523)(3740)}{87} \right\} \\
 &= 0,657 (2415,5) \\
 &= 1586,32
 \end{aligned}$$

- (3) Mencari Jumlah Kuadrat Residu (JK_{Res}) dengan rumus:

$$\begin{aligned}
 JK_{Res} &= \sum Y^2 - JK_{Reg[b|a]} - JK_{Reg[a]} \\
 &= 164864 - 1586,32 - 1894,98 \\
 &= 161,38
 \end{aligned}$$

- (4) Mencari Rata-Rata Jumlah Kuadrat Regresi ($RJK_{Reg[a]}$) dengan rumus : $RJK_{Reg[a]} = JK_{Reg[a]} = 1894,98$

- (5) Mencari Rata-Rata Jumlah Kuadrat Regresi ($RJK_{Reg[b|a]}$) dengan rumus : $RJK_{Reg[b|a]} = JK_{Reg[b|a]} = 1586,32$

- (6) Mencari Rata-Rata Jumlah Kuadrat Residu (RJK_{Res}) dengan rumus : $RJK_{Res} = \frac{JK_{Res}}{n-2}$
- $$\begin{aligned}
 &= \frac{161,38}{87 - 2} \\
 &= 29,38
 \end{aligned}$$

(7) Menguji Signifikansi dengan rumus : $F_{hitung} =$

$$\frac{RJK_{Reg[b|a]}}{RJK_{Res}}$$

$$= \frac{1586,32}{29,38}$$

$$= 53,99$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti dibawah ini:

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1587,741	1	1587,741	53,999	,000
	Residual	2499,248	85	29,403		
	Total	4086,989	86			

a Predictors: (Constant), Produk (X1)

b Dependent Variable: Minat (Y)

Dalam penelitian ini, $F_{tabel} 5\% = 3,89$. Kemudian dimasukkan kedalam kaidah pengujian signifikansi, yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka artinya signifikan, tetapi jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ artinya tidak signifikan.

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $F_{hitung} = 53,99$ berarti signifikan artinya hipotesis diterima, karena $F_{hitung} = 53,99 > F_{tabel} = (3,89)$ pada taraf signifikansi 5%.

c) Uji t

Sebelum mencari nilai t, maka ditentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya (*level of significant*). Dalam

penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 87 (dari $N - 2 = 87 - 2$), maka diperoleh $t_{\text{tabel}} 5\%$ adalah 1,653. Setelah taraf signifikan t_{tabel} diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari harga t dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0,623\sqrt{87-2}}{\sqrt{1-0,623^2}} \\
 &= \frac{0,623 \cdot 13,67}{\sqrt{0,734}} \\
 &= \frac{7,053}{0,960} \\
 &= 7,34
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $t_{\text{hitung}} = 7,34$ berarti signifikan artinya hipotesis diterima, karena $t_{\text{hitung}} = 7,34 > t_{\text{tabel}} = (1,653)$ pada taraf signifikansi 5%.

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,360	3,670		4,458	,000
	Produk (X1)	,658	,089	,623	7,348	,000

d) Kontribusi antara variabel X_1 dan variabel Y (*R square*)

Selanjutnya mencari sumbangan efektif dari produk terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal dengan mencari koefisien determinasi (*R square*) terlebih dahulu dengan cara seperti berikut:

Diketahui $r_{xy} = 0,623$

$$R = r_{xy} \times r_{xy} = r_{xy}^2 \times 100\%$$

$$= 0,623^2 \times 100\%$$

$$= 0,388 \times 100\%$$

$$= 0,38\%$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti dibawah ini:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,623(a)	,388	,381	5,42245

a Predictors: (Constant), Produk (X1)

Pada tabel *model summary*, di dapat $R = 0,623$. Kemudian nilai $R^2 = 0,38$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 38%, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi produk terhadap minat siswa sebesar 38% dan sisanya sebesar 62% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Adapun kontribusi produk terhadap minat orang tua sebesar 38% meliputi prestasi belajar yang baik, tingkat kelulusan tinggi, siswa selalu mengikuti berbagai perlombaan,

selalu mendapat penghargaan, akreditasi baik, penilaian masyarakat yang baik, memiliki berbagai macam program kegiatan pilihan, dan program kegiatan yang ditawarkan bermutu sehingga menghasilkan kontribusi minat orang tua yang tinggi dengan adanya produk pendidikan yang ditawarkan.

b. Pengaruh lokasi (X2) terhadap minat siswa (Y) di MIN 2 Kendal

Analisis regresi sederhana ini dilakukan untuk menguji hipotesis pengaruh lokasi terhadap minat orang tua. Untuk menguji hipotesis tersebut digunakan langkah-langkahnya sebagai berikut:

1) Analisis Korelasi

Mencari korelasi antara X2 dan Y dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dengan rumus:

$$r_{x_2y} = \frac{\sum x_2y}{\sqrt{(\sum x_2^2)(\sum y^2)}}$$

Sebelum menggunakan teknik korelasi dengan rumus diatas, maka mencari skor deviasi terlebih dahulu, dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned}\sum x_2^2 &= \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{N} \\ &= 166626 - \frac{(3768)^2}{87} \\ &= 166626 - 163193,3 \\ &= 3432,7\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
\Sigma y^2 &= \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{N} \\
&= 164864 - 160777,0 \\
&= 408,7 \\
\Sigma x2y &= \Sigma x2y - \frac{(\Sigma x2) (\Sigma Y)}{N} \\
&= 165550 - \frac{(3768) (3740)}{87} \\
&= 153863 - 161980,6 \\
&= 3569,4
\end{aligned}$$

Diketahui:

$$\begin{aligned}
\Sigma x2^2 &= 3432,7 \\
\Sigma y^2 &= 408,7 \\
\Sigma x2y &= 3569,4
\end{aligned}$$

Sehingga teknik korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
rx2y &= \frac{\Sigma x2y}{\sqrt{(\Sigma x2^2)(\Sigma y^2)}} \\
&= \frac{3569,4}{\sqrt{(3432,7)(4087)}} \\
&= \frac{3569,4}{3744,4} \\
&= 0,953
\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan korelasi yang telah dilakukan, diperoleh koefisien korelasi $r_{x1y} = 0,953$.

Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N = 87$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel} = 0,213$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{x1y} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan teknik perhitungan korelasi diperoleh $r_{x1y} > r_{tabel}$ ($0,953 > 0,213$). Hasil perhitungan

tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara lokasi (X2) terhadap minat (Y) adalah signifikan.

Tabel 4.16 Koefisien Korelasi X_2 Y

N	r_{x_1y}	r_{tabel} $\alpha = 0,05 \text{ n} = 87$	Kesimpulan
87	0,953	0,213	Signifikan

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya korelasi dua variabel yang telah tersebut diatas dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.17 Tingkat Koefisien Korelasi X_2 Y

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
0,80 — 0,1000	Sangat Kuat
0,60 — 0,799	Kuat
0,40 — 0,599	Sedang
0,20 — 0,399	Lemah
0,00 — 0,199	Sangat Lemah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tingkat korelasi lokasi (X2) terhadap minat (Y) sebesar 0,953 dalam kategori “ Sangat Kuat” karena terletak diatas interval 0,80 — 0,1000.

Data tersebut diperkuat dengan menggunakan SPSS sebagai berikut:

Correlations

		Lokasi (X2)	Minat (Y)
Lokasi (X2)	Pearson Correlation	1	,953(**)
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	87	87
Minat (Y)	Pearson Correlation	,953(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	87	87

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2) Analisis Regresi Sederhana

Langkah-langkah yang digunakan dalam analisis regresi sederhana dalam penelitian ini sebagai berikut:

a) Mencari persamaan garis regresi dengan rumus:

$$\hat{Y} = a + bx$$

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \sum Y}{n \cdot x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{N}$$

Harga b dan a dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} b &= \frac{N \cdot \sum XY - \sum X \sum Y}{n \cdot x^2 - (\sum x)^2} \\ &= \frac{87 \cdot (165550) - (3768)(3740)}{87 \cdot (166626) - (3768)^2} \\ &= \frac{310530}{298638} \\ &= 1,039 \end{aligned}$$

Jadi harga b = 1,039. Sedangkan untuk mencari a adalah menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} a &= \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{N} \\ &= \frac{3740 - 1,039 \cdot (3768)}{87} \\ &= \frac{1274,95}{87} \\ &= 14,65 \end{aligned}$$

Diketahui b sebesar 1,039 dan nilai a sebesar 14,65
maka persamaan garis regresinya adalah

$$\hat{Y} = a + bx$$

$$\hat{Y} = 14,65 + 1,039x$$

Dari persamaan garis regresi sederhana tersebut, maka
dapat diartikan bahwa:

\hat{Y} = variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh
variabel bebas.

a = 14,65 merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti
bahwa minat orang tua di MIN 2 Kendal (Y) akan
konstan sebesar 14,65 satuan jika tidak ada pengaruh
dari lokasi (X_2).

b = 1,039 merupakan besarnya kontribusi variabel lokasi
(X_2) mempengaruhi variabel minat orang tua (Y).
Variabel b sebesar 1,039 dengan tanda positif, hasil
tersebut berarti bahwa minat orang tua di MIN 2
Kendal (Y) akan berubah sebesar 1,039 dengan sifat
hubungan yang searah. Jika variabel lokasi (X_2)
berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan,
maka minat orang tua di MIN 2 Kendal akan turun
sebesar 1,039 satuan. Dari penjelasan diatas dapat
dikatakan bahwa apabila produk tidak memiliki nilai,
maka diperkirakan minat tersebut mendapatkan nilai
1,039. Misalnya apabila nilai produk adalah = 5 maka
nilai rata-rata 27,8 karena

$$\hat{Y} = 14,65 + 1,039 \times (5) = 14,53 + 5,195 = 19,795$$

Disimpulkan bahwa semakin baik lokasi semakin baik pula minat siswa.

b) Uji F atau uji simultan

Sebelum mencari nilai F, maka ditentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya (*level of significant*) dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 87 (dari $N - 2 = 87 - 2$), maka diperoleh $F_{\text{tabel } 5\%}$ sebesar 3,89.

Setelah taraf signifikan F_{tabel} dalam penelitian ini diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari harga F dengan menggunakan rumus-rumus sebagai berikut:

(1) Mencari Jumlah Kuadrat Regresi

($JK_{\text{Reg}[a]}$) dengan rumus :

$$\begin{aligned} JK_{\text{Reg}[a]} &= \frac{(\sum Y)^2}{n} \\ &= \frac{(3740)^2}{87} \\ &= 1894,98 \end{aligned}$$

(2) Mencari Jumlah Kuadrat Regresi ($JK_{\text{Reg}[b|a]}$) dengan rumus :

$$\begin{aligned} JK_{\text{Reg}[b|a]} &= b \left\{ \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n} \right\} \\ &= 1,039 \left\{ 165550 - \frac{(3523)(3740)}{87} \right\} \\ &= 1,039 (151448,50) \\ &= 157354,99 \end{aligned}$$

- (3) Mencari Jumlah Kuadrat Residu (JK_{Res}) dengan rumus:

$$\begin{aligned} JK_{Res} &= \sum Y^2 - JK_{Reg[b|a]} - JK_{Reg[a]} \\ &= 164864 - 157354,99 - 1894,98 \\ &= 5615,02 \end{aligned}$$

- (4) Mencari Rata-Rata Jumlah Kuadrat Regresi ($RJK_{Reg[a]}$) dengan rumus : $RJK_{Reg[a]} = JK_{Reg[a]} = 1894,98$

- (5) Mencari Rata-Rata Jumlah Kuadrat Regresi ($RJK_{Reg[b|a]}$) dengan rumus : $RJK_{Reg[b|a]} = JK_{Reg[b|a]} = 157354,99$

- (6) Mencari Rata-Rata Jumlah Kuadrat Residu (RJK_{Res}) dengan rumus : $RJK_{Res} = \frac{JK_{Res}}{n-2}$
- $$\begin{aligned} &= \frac{5615,02}{87 - 2} \\ &= 187,32 \end{aligned}$$

- (7) Menguji Signifikansi dengan rumus : $F_{hitung} = \frac{RJK_{Reg[b|a]}}{RJK_{Res}}$
- $$\begin{aligned} &= \frac{157354,99}{187,32} \\ &= 840,03 \end{aligned}$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti dibawah ini:

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3711,443	1	3711,443	840,039	,000(a)
	Residual	375,545	85	4,418		
	Total	4086,989	86			

a Predictors: (Constant), Lokasi (X2)

b Dependent Variable: Minat (Y)

Dalam penelitian ini, $F_{\text{tabel}} 5\% = 3,89$. Kemudian dimasukkan kedalam kaidah pengujian signifikansi, yaitu $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka artinya signifikan, tetapi jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ artinya tidak signifikan.

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $F_{\text{hitung}} = 840,03$ berarti signifikan artinya hipotesis diterima, karena $F_{\text{hitung}} = 840,03 > F_{\text{tabel}} = (3,89)$ pada taraf signifikansi 5%.

c) Uji t

Sebelum mencari nilai t, maka ditentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya (*level of significant*). Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 87 (dari $N - 2 = 87 - 2$), maka diperoleh $t_{\text{tabel}} 5\%$ adalah 1,653. Setelah taraf signifikan t_{tabel} diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari harga t dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{0,953\sqrt{87-2}}{\sqrt{1-0,953^2}} \\
&= \frac{0,953 \cdot 9,21}{\sqrt{0,918}} \\
&= \frac{8,777}{0,302} \\
&= 28,983
\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $t_{hitung} = 28,983$ berarti signifikan artinya hipotesis diterima, karena $t_{hitung} = 28,983 > t_{tabel} = (1,653)$ pada taraf signifikansi 5%.

Coefficients(a)						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,046	1,570		-1,303	,196
	Lokasi (X2)	1,040	,036	,953	28,983	,000

a Dependent Variable: Minat (Y)

d) Kontribusi antara variabel X_2 dan variabel Y (*R square*)

Selanjutnya mencari sumbangan efektif dari lokasi terhadap minat siswa di MIN 2 Kendal dengan mencari koefisien determinasi (*R square*) terlebih dahulu dengan cara seperti berikut:

Diketahui $r_{xy} = 0,953$

$$\begin{aligned}
R &= r_{xy} \times r_{xy} = r_{xy}^2 \times 100\% \\
&= 0,953^2 \times 100\% \\
&= 0,908 \times 100\% \\
&= 0,908\%
\end{aligned}$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti dibawah ini:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,953(a)	,908	,907	2,10195

a Predictors: (Constant), Lokasi (X2)

Pada tabel *model summary*, di dapat $R = 0,953$. Kemudian nilai $R^2 = 0,908$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 90,8%, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi lokasi terhadap minat orang tua sebesar 90,8% dan sisanya sebesar 9,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Adapun kontribusi lokasi terhadap minat sebesar 90,8% meliputi lokasi strategis, akses jalan mudah dilalui, lahan yang memadai, jauh dari kebisingan, lingkungan terjaga serta fasilitas yang memadai sehingga menghasilkan kontribusi minat orang tua yang tinggi dengan adanya lokasi pendidikan yang strategis.

3. Pengaruh Sarana Prasarana (X3) terhadap minat siswa (Y) di MIN 2 Kendal

Analisis regresi sederhana ini dilakukan untuk menguji hipotesis pengaruh Sarana Prasarana terhadap minat orang tua. Untuk menguji hipotesis tersebut digunakan langkah-langkahnya sebagai berikut:

1) Analisis Korelasi

Mencari korelasi antara X3 dan Y dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dengan rumus:

$$r_{x3y} = \frac{\sum x3y}{\sqrt{(\sum x3^2)(\sum y^2)}}$$

Sebelum menggunakan teknik korelasi dengan rumus diatas, maka mencari skor deviasi terlebih dahulu, dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned}\sum x3^2 &= \sum X3^2 - \frac{(\sum X3)^2}{N} \\ &= 336743 - \frac{(5351)^2}{87} \\ &= 336743 - 329117,2 \\ &= 7625,8\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\sum y^2 &= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \\ &= 164864 - 160777,0 \\ &= 408,7\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\sum x3y &= \sum x3y - \frac{(\sum x3)(\sum Y)}{N} \\ &= 234894 - \frac{(5351)(3740)}{87} \\ &= 234894 - 230031,4 \\ &= 4862,6\end{aligned}$$

Diketahui:

$$\sum x3^2 = 7625,8$$

$$\sum y^2 = 408,7$$

$$\sum x3y = 4862,6$$

Sehingga teknik korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 r_{xy} &= \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}} \\
 &= \frac{4862,6}{\sqrt{(7625,8)(408,7)}} \\
 &= \frac{4862,6}{5578,4} \\
 &= 0,871
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan korelasi yang telah dilakukan, diperoleh koefisien korelasi $r_{xy} = 0,871$.

Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N = 87$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel} = 0,213$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{xy} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan teknik perhitungan korelasi diperoleh $r_{xy} > r_{tabel}$ ($0,871 > 0,213$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara sarana prasarana (X2) terhadap minat (Y) adalah signifikan.

Tabel 4.18 Koefisien Korelasi X₂ Y

N	r_{xy}	r_{tabel} $\alpha = 0,05 \text{ n} = 87$	Kesimpulan
87	0,871	0,213	Signifikan

Kemudian untuk mengetahui kuat atau lemahnya korelasi dua variabel yang telah tersebut diatas dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.19 Tingkat Koefisien Korelasi X₂ Y

Interval Koefisien	Tingkat Korelasi
0,80 — 0,1000	Sangat Kuat
0,60 — 0,799	Kuat
0,40 — 0,599	Sedang
0,20 — 0,399	Lemah
0,00 — 0,199	Sangat Lemah

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tingkat korelasi lokasi (X₂) terhadap minat (Y) sebesar 0,871 dalam kategori “ Sangat Kuat” karena terletak diatas interval 0,80 — 0,1000. Data tersebut diperkuat dengan menggunakan SPSS sebagai berikut:

Correlations

		Sarana Prasarana (X3)	Minat (Y)
Sarana Prasarana (X3)	Pearson Correlation	1	,871(**)
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	87	87
Minat (Y)	Pearson Correlation	,871(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	87	87

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2) Analisis Regresi Sederhana

Langkah-langkah yang digunakan dalam analisis regresi sederhana dalam penelitian ini sebagai berikut:

a) Mencari persamaan garis regresi dengan rumus:

$$\hat{Y} = a + bx$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{N}$$

Harga b dan a dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 b &= \frac{N \cdot \sum XY - \sum X \sum Y}{n \cdot x^2 - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{87 \cdot (234894) - (5351)(3740)}{87 \cdot (336749) - (5351)^2} \\
 &= \frac{423038}{28960414} \\
 &= 0,014
 \end{aligned}$$

Jadi harga b = 0,014. Sedangkan untuk mencari a adalah menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 a &= \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{N} \\
 &= \frac{3740 - 0,014 \cdot (5351)}{87} \\
 &= \frac{3665,06}{87} \\
 &= 42,12
 \end{aligned}$$

Diketahui b sebesar 0,014 dan nilai a sebesar 42,12 maka persamaan garis regresinya adalah

$$\hat{Y} = a + bx$$

$$\hat{Y} = 42,12 + 0,014x$$

Dari persamaan garis regresi sederhana tersebut, maka dapat diartikan bahwa:

\hat{Y} = variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas.

a = 42,12 merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa minat orang tua di MIN 2 Kendal (Y) akan

konstan sebesar 42,12 satuan jika tidak ada pengaruh dari sarana prasarana (X_3).

b = 0,014 merupakan besarnya kontribusi variabel sarana prasarana (X_3) mempengaruhi variabel minat orang tua (Y). Variabel b sebesar 0,014 dengan tanda positif, hasil tersebut berarti bahwa minat siswa di MIN 2 Kendal (Y) akan berubah sebesar 0,014 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel sarana prasarana (X_3) berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat orang tua di MIN 2 Kendal akan turun sebesar 0,014 satuan. Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa apabila sarana prasarana tidak memiliki nilai, maka diperkirakan minat tersebut mendapatkan nilai 0,014. Misalnya apabila nilai produk adalah = 5 maka nilai rata-rata 11,25 karena

$$\hat{Y} = 42,12 + 0,014(5) = 14,53 + 0,07 = 42,19$$

Disimpulkan bahwa semakin baik sarana dan prasarana maka semakin baik pula minat orang tua.

b) Uji F atau uji simultan

Sebelum mencari nilai F, maka ditentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya (*level of significant*) dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 87 (dari $N - 2 = 87 - 2$), maka diperoleh $F_{\text{tabel } 5\%}$ sebesar 3,89.

Setelah taraf signifikan F_{tabel} dalam penelitian ini diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari harga F dengan menggunakan rumus-rumus sebagai berikut:

- (1) Mencari Jumlah Kuadrat Regresi

$(JK_{Reg[a]})$ dengan rumus :

$$\begin{aligned} JK_{Reg[a]} &= \frac{(\sum Y)^2}{n} \\ &= \frac{(3740)^2}{87} \\ &= 15894,98 \end{aligned}$$

- (2) Mencari Jumlah Kuadrat Regresi $(JK_{Reg[b|a]})$ dengan rumus :

$$\begin{aligned} JK_{Reg[b|a]} &= b \left\{ \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n} \right\} \\ &= 0,014 \left\{ 234894 - \frac{(5351)(3740)}{87} \right\} \\ &= 0,014 (4862,6) \\ &= 68,07 \end{aligned}$$

- (3) Mencari Jumlah Kuadrat Residu (JK_{Res}) dengan rumus:

$$\begin{aligned} JK_{Res} &= \sum Y^2 - JK_{Reg[b|a]} - JK_{Reg[a]} \\ &= 164864 - 68,07 - 15940,98 \\ &= 5,95 \end{aligned}$$

- (4) Mencari Rata-Rata Jumlah Kuadrat Regresi $(RJK_{Reg[a]})$ dengan rumus : $RJK_{Reg[a]} = JK_{Reg[a]} = 1894,98$

(5) Mencari Rata-Rata Jumlah Kuadrat Regresi ($RJK_{Reg[b|a]}$) dengan rumus : $RJK_{Reg[b|a]} = JK_{Reg[b|a]} = 68,07$

(6) Mencari Rata-Rata Jumlah Kuadrat Residu (RJK_{Res}) dengan rumus : $RJK_{Res} = \frac{JK_{Res}}{n-2}$

$$= \frac{162900,38}{87 - 2}$$

$$= 1916,48$$

(7) Menguji Signifikansi dengan rumus : $F_{hitung} = \frac{RJK_{Reg[b|a]}}{RJK_{Res}}$

$$= \frac{1586,32}{5,95}$$

$$= 266,30$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti dibawah ini:

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3098,106	1	3098,106	266,30	,000
	Residual	988,882	85	11,634		
	Total	4086,989	86			

a Predictors: (Constant), Sarana Prasarana (X3)

b Dependent Variable: Minat (Y)

Dalam penelitian ini, $F_{tabel} 5\% = 3,89$. Kemudian dimasukkan kedalam kaidah pengujian signifikansi, yaitu

$F_{hitung} > F_{tabel}$ maka artinya signifikan, tetapi jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ artinya tidak signifikan.

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $F_{hitung} = 266,30$ berarti signifikan artinya hipotesis diterima, karena $F_{hitung} = 53,99 > F_{tabel} = (3,89)$ pada taraf signifikansi 5%.

c) Uji t

Sebelum mencari nilai t, maka ditentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya (*level of significant*). Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 1 dan pembagi 87 (dari $N - 2 = 87 - 2$), maka diperoleh ttabel 5% adalah 1,653. Setelah taraf signifikan t_{tabel} diketahui, maka langkah selanjutnya adalah mencari harga t dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\ &= \frac{0,871\sqrt{87-2}}{\sqrt{1-0,871^2}} \\ &= \frac{871 \cdot 9,21}{\sqrt{0,734}} \\ &= \frac{8021,91}{491,6} \\ &= 16,319 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $t_{hitung} = 16,319$ berarti signifikan artinya hipotesis diterima, karena $t_{hitung} = 16,319 > t_{tabel} = (1,653)$ pada taraf signifikansi 5%.

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,801	2,429		1,565	,121
	Sarana (X3)	,637	,039	,871	16,319	,000

a. Dependent Variable: Minat (Y)

- d) Kontribusi antara variabel X_3 dan variabel Y (*R square*)

Selanjutnya mencari sumbangan efektif dari sarana prasarana terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal dengan mencari koefisien determinasi (*R square*) terlebih dahulu dengan cara seperti berikut:

Diketahui $r_{xy} = 0,871$

$$R = r_{xy} \times r_{xy} = r_{xy}^2 \times 100\%$$

$$= 0,871^2 \times 100\%$$

$$= 758,64 \times 100\%$$

$$= 0,758\%$$

Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti dibawah ini:

Model Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,871(a)	,758	,755	3,41085

a. Predictors: (Constant), Sarana Prasarana (X3)

Pada tabel *model summary*, di dapat $R = 0,871$. Kemudian nilai $R^2 = 0,758$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 75,8%, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi sarana prasarana terhadap minat siswa sebesar 75,8% dan sisanya sebesar 24,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Adapun kontribusi sarana prasarana terhadap minat sebesar 75,8% meliputi ruang kelas, ruang perpustakaan, ruang kepala madrasah, ruang guru, mushola, ruang UKS, jamban, gedung, serta tempat bermain/ berolahraga sehingga menghasilkan kontribusi minat orang tua yang tinggi dengan adanya sarana prasarana pendidikan yang memadai.

2. Pengaruh produk, lokasi dan sarana prasarana terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal.

Selanjutnya untuk menguji hipotesis pengaruh produk lokasi, dan sarana prasarana terhadap minat orang tua menggunakan teknik analisis regresi ganda, dengan langkah-langkahnya sebagai berikut:

- a) Mencari persamaan garis regresi dengan rumus:

Hasil penelitian data regresi berganda berikutnya.

Coefficients(a)						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,613	1,447		1,805	,075
	Produk (X1)	,103	,045	,098	2,318	,023
	Lokasi (X2)	,829	,057	,759	14,483	,000
	Sarana (X3)	,226	,042	,309	5,322	,000

a Dependent Variable: Minat (Y)

Jadi persamaan garis regresinya adalah:

$$\begin{aligned}\hat{Y} &= a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \\ &= 2,613 + 0,103X_1 + 0,829X_2 + 0,226X_3\end{aligned}$$

Dari persamaan garis regresi berganda tersebut dapat diartikan bahwa:

Y = Variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas.

a = 2,613 merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa minat orang tua (Y) di MIN 2 Kendal akan konstan sebesar 2,613 satuan jika tidak ada pengaruh dari produk (X_1), lokasi (X_2) dan sarana (X_3) secara bersama-sama.

$b_1 = 0,103$ dan $b_2 = 0,829$ $b_3 = 0,226$ merupakan besarnya kontribusi variabel produk (X_1) lokasi (X_2) dan sarana dan prasarana (X_3) mempengaruhi variabel minat orang tua (Y) di MIN 2 Kendal. Koefisien b_1 sebesar 0,103 dengan tanda positif dan koefisien b_2 sebesar 0,829 dan b_3 sebesar 0,226 dengan tanda positif pula, hasil tersebut berarti bahwa minat orang tua (Y) di MIN 2 Kendal akan berubah sebesar 0,165 dan 0,549 serta sebesar 0,829 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel fasilitas (X_1) berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat orang tua (Y) akan berubah sebesar 0,165 dan 0,549 serta 0,829 satuan.

Demikian juga sebaliknya jika variabel lokasi berubah atau mengalami penurunan sebesar 1 satuan, maka minat (Y) di MIN 2 Kendal akan turun sebesar 0,165 dan 0,549 serta 0,829 satuan.

Demikian juga sebaliknya jika variabel sarana prasarana berubah atau mengalami penurunan sebesar 1 satuan, maka minat (Y) di MIN 2 Kendal akan turun sebesar 0,165 dan 0,549 serta 0,829 satuan. Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa apabila produk dan lokasi tidak memiliki nilai, maka minat siswa (Y) tersebut mendapatkan nilai 0,165 dan 0,549. Demikian juga sebaliknya jika variabel lokasi berubah atau mengalami penurunan sebesar 1 satuan, maka minat (Y) di MIN 2 Kendal akan turun sebesar 0,165 dan 0,549 serta 0,829. Misalnya apabila nilai fasilitas = 5 dan penilaian layanan = 5 maka nilai minat 12,27 karena

$$\begin{aligned}\hat{Y} &= a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \\ &= 2,613 + 0,103(5) + 0,829(5) + 0,226(5) \\ &= 2,613 + 0,515 + 4,145 + 5 \\ &= 12,27\end{aligned}$$

Disimpulkan bahwa semakin baik produk, lokasi dan sarana yang ada maka semakin baik pula minat orang tua di MIN 2 Kendal.

a) Uji F

Sebelum mencari nilai F, maka ditentukan terlebih dahulu taraf signifikansinya (level of significant). Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan pembilang 2 dan pembagi 87 (dari $N - 2 = 87 - 2$), maka diperoleh $F_{\text{tabel } 5\%}$ sebesar 3,89.

Jika perhitungan dibuktikan dengan SPSS versi 16.0 hasilnya seperti dibawah ini:

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3806,989	3	1268,996	376,167	,000
	Residual	280,000	83	3,373		
	Total	4086,989	86			

a Predictors: (Constant), Sarana Prasarana (X3), Produk (X1), Lokasi (X2)

b Dependent Variable: Minat (Y)

Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% dengan derajat kebebasan pembilang 2 penyebut 87 (dari $N - 2 = 87 - 2$), maka diperoleh $F_{\text{tabel } 5\%}$ sebesar 3,89. Kemudian dimasukkan kedalam kaidah pengujian signifikansi, yaitu $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka artinya signifikan dan jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka artinya tidak signifikan. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $F_{\text{hitung}} = 376,16 > F_{\text{tabel}} (3,89)$ berarti signifikan dan hipotesis diterima.

b) Kontribusi antara variabel X_1 X_2 X_2 dan variabel Y (*R square*)

Selanjutnya mencari sumbangan efektif dari produk dan lokasi terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal dengan mencari koefisien determinasi (*R square*) terlebih dahulu dengan cara seperti berikut. Jika perhitungan dibuktikan dengan program SPSS versi 16.0 hasilnya seperti dibawah ini:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,965(a)	,931	,929	1,83671

a Predictors: (Constant), Sarana Prasarana (X3), Produk (X1), Lokasi (X2)

Pada tabel *model summary*, di dapat $R = 0,965$. Kemudian nilai $R^2 = 0,931$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 93,1%, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi produk, likasi dan sarana terhadap minat sebesar 93,1% dan sisanya sebesar 6,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Perhitungan dan penyajian data secara statistik telah dilakukan untuk menjelaskan secara rinci sesuai dengan rumusan masalah peneliti. Berdasarkan pembahasan secara statistik, maka kajian lebih mendalam dapat disajikan dalam pembahasan berikut:

1. Pengaruh produk terhadap minat siswa di MIN 2 Kendal.

Hasil pengujian secara statistik sebagaimana yang telah ditunjukkan bahwa produk mempunyai nilai cukup baik dan berada pada interval 33 – 38 yang berarti produk di MIN 2 Kendal adalah tergolong “Cukup” dengan nilai *mean* dari produk di MIN 2 Kendal sebesar 36,06.

Dari hasil perhitungan korelasi yang telah dilakukan, diperoleh koefisien korelasi $r_{xly} = 0,623$. Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N = 87$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel} = 0,213$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{xly} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan teknik perhitungan korelasi diperoleh $r_{xly} > r_{tabel}$ ($0,623 > 0,213$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara produk (X_1) terhadap minat (Y) adalah signifikan.

Selanjutnya dari perhitungan analisis regresi sederhana diperoleh hasil bahwa variabel produk (X_1) terhadap minat orang tua (Y), dapat dihasilkan persamaan garis regresi $\hat{Y} = a + bx = \hat{Y} = 14,53 + 0,657x$. Dari persamaan tersebut dapat dianalisis bahwa minat orang tua jika tanpa adanya produk ($X_1=0$) maka minat orang tua hanya 14,53 apabila peningkatan sebesar satu satuan variabel fasilitas (X_1) akan meningkatkan variabel minat siswa (Y) sebesar 14,53 satuan, yang berarti bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap minat. Selanjutnya dinyatakan secara

keseluruhan (simultan) fasilitas mempunyai pengaruh terhadap minat orang tua karena hasil uji F sebesar 53,99 lebih besar dari *level of significant* yang ditentukan yaitu 5% sebesar 3,89. Pada tabel *model summary*, di dapat $R = 0,623$. Kemudian nilai $R^2 = 0,38$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 38%, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi produk terhadap minat orang tua sebesar 38% dan sisanya sebesar 62% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Penelitian mengenai pengaruh produk terhadap minat orang tua, diperoleh hasil variabel produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat orang tua. Hal ini menunjukkan bahwa variabel produk yang terdiri dari prestasi, kelulusan dan penilaian masyarakat.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriyatul Hasanah, produk berpengaruh positif terhadap minat siswa, dengan f_{hitung} sebesar 4,035, sedangkan f_{tabel} 3,49 dengan taraf signifikansi 5%. Maka $f_{hitung} > f_{tabel}$ artinya produk berpengaruh signifikan terhadap minat siswa. Produk memberi pengaruh yaitu sebesar 17,7% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.¹ Temuan ini di dukung dengan teori Kotler yang menyatakan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar

¹ Fitriyatul Hasanah, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat pemilihan Madrasah Tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang*, (Semarang: FITK UIN Walisongo, 2018)

untuk memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan.² Melalui produk, lembaga pendidikan dapat mengetahui seberapa besar keinginan dan kebutuhan konsumen.

2. Pengaruh lokasi terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal.

Dari hasil perhitungan data tersebut dapat diketahui bahwa *mean* dari sarana prasarana di MIN 2 Kendal sebesar 43,966 atau berada pada interval 42–44 yang berarti sarana prasarana di MIN 2 Kendal adalah tergolong “Cukup”. Jadi dapat disimpulkan bahwa sarana prasarana di MIN 2 Kendal cukup baik.

Dari hasil perhitungan korelasi yang telah dilakukan, diperoleh koefisien korelasi $r_{xly} = 0,953$. Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N = 87$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel} = 0,213$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{xly} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan teknik perhitungan korelasi diperoleh $r_{xly} > r_{tabel}$ ($0,953 > 0,213$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara lokasi (X_2) terhadap minat (Y) adalah signifikan.

Selanjutnya dari perhitungan analisis regresi sederhana diperoleh hasil bahwa variabel lokasi (X_2) terhadap minat (Y), dapat dihasilkan persamaan $\hat{Y} = 14,65 + 1,039x$

² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium 2*, terj. Hendra Teguh dkk, (Jakarta: Prenhallindo, 2000), hlm. 448.

Dari persamaan tersebut dapat dianalisis bahwa minat orang tua jika tanpa adanya lokasi ($X_2=0$) maka minat orang tua hanya 14,65 apabila peningkatan sebesar satu satuan variabel lokasi (X_2) 1,039 merupakan besarnya kontribusi variabel lokasi (X_2) mempengaruhi variabel minat orang tua (Y). Variabel b sebesar 1,039 dengan tanda positif, hasil tersebut berarti bahwa minat siswa di MIN 2 Kendal (Y) akan berubah sebesar 1,039 dengan sifat hubungan yang searah. Jika variabel lokasi (X_2) berubah atau mengalami kenaikan sebesar 1 satuan, maka minat orang tua di MIN 2 Kendal akan turun sebesar 1,039 satuan. Selanjutnya dinyatakan secara keseluruhan (simultan) lokasi mempunyai pengaruh terhadap minat karena hasil uji F sebesar 840,03 lebih besar dari *level of significant* yang ditentukan yaitu 5% sebesar 3,89. Pada tabel *model summary*, di dapat $R = 0,953$. Kemudian nilai $R^2 = 0,908$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 90,8%, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi lokasi terhadap minat orang tua sebesar 90,8% dan sisanya sebesar 9,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $t_{hitung} = 28,983$ berarti signifikan artinya hipotesis diterima, karena $t_{hitung} = 28,983 > t_{tabel} = (1,653)$ pada taraf signifikansi 5%.

Penelitian mengenai pengaruh lokasi terhadap minat orang tua, diperoleh hasil variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat orang tua. Hal ini menunjukkan bahwa variabel

lokasi yang terdiri dari Lokasi bisa diukur melalui seberapa strategis tempat, fasilitas yang didapat oleh calon konsumen, serta kemudahan dalam mengakses lokasi tersebut

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Aziz Khuluqi lokasi berpengaruh positif terhadap minat siswa, dengan f_{hitung} sebesar 30,7, sedangkan f_{tabel} 4,17 dengan taraf signifikansi 5%. Maka $f_{hitung} > f_{tabel}$ artinya lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa. Lokasi memberi pengaruh sebesar 50,6% dan sisanya 49,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.³ Temuan ini didukung dengan teori Rambat Lupiyoadi bahwa lokasi berhubungan dengan dimana lembaga atau perusahaan bertempat dan melakukan kegiatan operasionalnya.⁴ Lokasi pendidikan akan mempengaruhi minat *stakeholder* dalam menentukan pilihannya. Dalam hal ini lokasi merupakan faktor terpenting dalam tercapainya keberhasilan suatu lembaga pendidikan.

3. Pengaruh sarana terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal.

Dari hasil perhitungan data tersebut dapat diketahui bahwa *mean* dari minat di MIN 2 Kendal sebesar 77,954 atau berada pada interval 74–81 yang berarti sarana dan prasarana di MIN 2 Kendal

³ Muhammad Aziz Khuluqi, *Pengaruh Harga dan Lokasi Pendidikan Terhadap Minat Memilih Prodi Manajemen Pendidikan Islam di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang*, (Semarang:FITK UIN Walisongo, 2018).

⁴ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, hlm..., 42.

adalah tergolong “Cukup”. Jadi dapat disimpulkan bahwa sarana dan prasarana di MIN 2 Kendal cukup baik.

Dari hasil perhitungan korelasi yang telah dilakukan, diperoleh koefisien korelasi $r_{x1y} = 0,871$. Selanjutnya hasil perhitungan r_{xy} dikonsultasikan dengan r_{tabel} dengan $N = 87$ dari taraf signifikansi 5% ($r_{tabel} = 0,213$) dengan kriteria pengujiannya adalah jika $r_{x1y} > r_{tabel}$, maka terdapat korelasi yang signifikan antara dua variabel. Berdasarkan teknik perhitungan korelasi diperoleh $r_{x1y} > r_{tabel}$ ($0,871 > 0,213$). Hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa ada korelasi yang positif antara sarana (X3) terhadap minat (Y) adalah signifikan

Selanjutnya dari perhitungan analisis regresi sederhana diperoleh hasil bahwa variabel sarana (X₃) terhadap minat (Y), dapat dihasilkan persamaan garis regresi $\hat{Y} = a + bx = 42,12 + 0,014x$. Dari persamaan tersebut dapat dianalisis bahwa minat siswa jika tanpa adanya lokasi (X₂=0) maka minat siswa hanya 42,12 merupakan nilai konstanta, yang memiliki arti bahwa minat siswa di MIN 2 Kendal (Y) akan konstan sebesar 42,12 satuan jika tidak ada pengaruh dari sarana prasarana (X₃). Selanjutnya dinyatakan secara keseluruhan (simultan) lokasi mempunyai pengaruh terhadap minat karena hasil uji F sebesar 266,30 lebih besar dari *level of significant* yang ditentukan yaitu 5% sebesar 3,89. Pada tabel *model summary*, di dapat $R = 0,871$. Kemudian nilai $R^2 = 0,758$ jika diubah dalam bentuk persen adalah 75,8%, hal

ini menunjukkan bahwa kontribusi sarana prasarana terhadap minat orang tua sebesar 75,8% dan sisanya sebesar 24,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa $t_{hitung} = 16,319$ berarti signifikan artinya hipotesis diterima, karena $t_{hitung} = 16,319 > t_{tabel} = (1,653)$ pada taraf signifikansi 5%.

Penelitian mengenai pengaruh sarana terhadap minat orang tua, diperoleh hasil variabel sarana berpengaruh secara signifikan terhadap minat orang tua. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sarana yang terdiri dari bukti fisik dan bukti pendukung dalam meningkatkan minat orang tua di MIN 2 Kendal.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ani Rakhmanita variabel sarana berpengaruh paling besar terhadap keputusan orang tua murid dalam memilih sekolah pada sekolah Alam Tangerang. Hal tersebut terlihat dari besarnya standard koefisien dari variabel sarana sebesar 0,243.⁵ Temuan ini didukung dengan teori Buchari Alma dan Ratih Hurriyati yang menegaskan bahwa Sarana fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan.⁶ Keberadaan bukti

⁵ Ani Rakhmanita, Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Sarana Terhadap Keputusan Memilih Sekolah Pada Sekolah Alam Tangerang, (Vol. VII, No.2, tahun 2015)

⁶ Buchari Alma dan Ratih Hurriyati, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan...*, hlm. 156.

fisik dapat dijadikan bahan pertimbangan konsumen untuk membeli produk jasa yang ditawarkan.

4. Pengaruh produk, lokasi dan sarana terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal.

Hasil pengujian secara statistik sebagaimana yang telah ditunjukkan bahwa minat mempunyai nilai cukup baik dan berada pada interval 54 – 58 dengan nilai rata-rata 57,275. Selanjutnya dari perhitungan analisis regresi ganda diperoleh hasil bahwa variabel produk (X_1) dan variabel lokasi (X_2) terhadap minat siswa (Y), dapat dihasilkan persamaan garis regresi $\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 = 2,613 + 0,103X_1 + 0,829X_2 + 0,226X_3$. 0,103 dan $b_2 = 0,829$ $b_3 = 0,226$ merupakan besarnya kontribusi variabel produk (X_1) lokasi (X_2) dan sarana dan prasarana (X_3) mempengaruhi variabel minat orang tua (Y) di MIN 2 Kendal. Koefisien b_1 sebesar 0,103 dengan tanda positif dan koefisien b_2 sebesar 0,829 dan b_3 sebesar 0,226 dengan tanda positif pula, hasil tersebut berarti bahwa minat siswa (Y) di MIN 2 Kendal akan berubah sebesar 0,165 dan 0,549 serta sebesar 0,829 dengan sifat hubungan yang searah.

Selanjutnya dinyatakan secara keseluruhan (simultan) produk dan lokasi mempunyai pengaruh terhadap minat orang tua karena hasil uji F sebesar 376,16 lebih besar dari *level of significant* yang ditentukan yaitu 5% sebesar 3,89. Pada tabel *model summary*, di dapat $R = 0,965$. Kemudian nilai $R^2 = 0,931$

jika diubah dalam bentuk persen adalah 93,1%, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi produk, lokasi dan sarana terhadap minat sebesar 93,1% dan sisanya sebesar 6,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan yaitu dengan menggunakan angket (kuesioner) yang kemudian dianalisis data, maka untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, dapat dikemukakan suatu hipotesis yaitu produk, lokasi dan sarana berpengaruh positif terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal.

E. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini pasti terjadi banyak kendala dan hambatan. Hal tersebut bukan karena faktor kesengajaan akan tetapi adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian.

1. Penelitian ini hanya dilakukan di MIN 2 Kendal, peneliti mengambil sampel 87 orang tua siswa. Oleh karena itu hasil penelitian ini hanya berlaku untuk orang tua siswa di MIN 2 Kendal.
2. Peneliti juga hanya memfokuskan penelitiannya pada produk lokasi, dan sarana prasarana yang ada di MIN 2 Kendal.

Hambatan dan kendala tersebut tidak menyurutkan semangat peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini sampai pada proses penulisan laporan dalam bentuk skripsi. Syukur alhamdulillah semuanya dapat berjalan dengan baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data hasil penelitian “Pengaruh produk, lokasi dan sarana terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal”, yang telah dilakukan, selanjutnya akan disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal yaitu sebesar 53,99. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ (3,89) pada taraf signifikansi 5%. Selanjutnya berdasarkan perhitungan R square yang telah dilakukan, diperoleh koefisien determinasi $R = 0,38$ hasil tersebut menunjukkan bahwa sumbangan efektif dari produk terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal sebesar 38% dan sisanya sebesar 62% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang bukan menjadi fokus pembahasan dalam penelitian ini.
2. Pengaruh lokasi terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal yaitu sebesar 90,8%. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ (3,89) pada taraf signifikansi 5%. Selanjutnya berdasarkan perhitungan R square yang telah dilakukan, diperoleh koefisien determinasi $R = 0,908$ hasil tersebut menunjukkan bahwa sumbangan efektif dari lokasi terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal sebesar 90,8% dan sisanya sebesar 9,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang bukan menjadi fokus pembahasan dalam penelitian ini.

3. Pengaruh sarana prasarana terhadap minat orang tua di MIN 2 yaitu sebesar 75,8%. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ (3,89) pada taraf signifikansi 5%. Selanjutnya berdasarkan perhitungan *R square* yang telah dilakukan, diperoleh koefisien determinasi $R = 0,758$ hasil tersebut menunjukkan bahwa sumbangan efektif dari sarana terhadap minat siswa di MIN 2 Kendal sebesar 75,8% dan sisanya sebesar 24,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang bukan menjadi pembahasan dalam penelitian ini.
4. Pengaruh produk, lokasi, dan sarana prasarana secara bersama-sama terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal yaitu sebesar 93,1%. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ (3,89) pada taraf signifikansi 5%. Selanjutnya berdasarkan perhitungan *R square* yang telah dilakukan, diperoleh koefisien determinasi $R = 0,931$ hasil tersebut menunjukkan bahwa sumbangan efektif dari produk, lokasi dan sarana terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal sebesar 93,1% dan sisanya sebesar 6,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang bukan menjadi pembahasan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dengan judul “Pengaruh produk, lokasi dan sarana prasarana terhadap minat orang tua di MIN 2 Kendal”, maka peneliti memberikan saran bahwa minat orang tua di MIN 2 Kendal perlu didukung dengan adanya fasilitas-fasilitas yang memadai seperti

ruangan kelas nyaman, suasana seperti suasana madrasah yang tenang dan jauh dari kebisingan, visibilitas, serta ketersediaan lahan madrasah yang cukup untuk perluasan madrasah di kemudian hari. Disamping itu, sarana prasarana hendaknya perlu ditingkatkan, sementara sarana prasarana yang ada harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya untuk menunjang kegiatan pembelajaran. Dan untuk produk di MIN 2 Kendal hendaknya harus ditingkatkan.

C. Penutup

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan dan kesempurnaan hasil yang telah didapat.

Penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Abd. Rahman, *Psikologi Pendidikan*, Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 1993
- Adji, Jennifer dan Samuel, Hatane, *Pengaruh Satisfaction dan Trust terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) di Starbucks The Square Surabaya*, *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2014
- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung : Alfabeta, 2009
- Alma, Buchari dan Hurriyati, Ratih, *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan: Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*, Bandung: Alfabeta, 2008
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013
- Arista, E. Desi dan Sri Rahayu Triastuti, *Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen*, 2011
- Darmawan, Deni, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, Jakarta: Departemen Agama RI, 2010
- Filip, Alina, *Marketing Theory Applicability in Higher Education*, Romania: The Burcharest Academy of Islamic Studies, 2012
- Ferdinand dan Rian Pramono, *Aanalisis Pengaruh Biaya Kompetitif, Desain Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha*, 2002
- Hadi, Sutrisno, *Analisis Regresi*, Yogyakarta: Andi, 2001
- Hermawan, Agus, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2012
- Hermawan, Haris, *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen dalam*

- Pembelian Roti Ceria di Jember, Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 2015
- Hidayah, Nur, *Pengaruh Strategi Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih MTs Al Wathoniyyah*, Semarang: FITK UIN Walisongo, 2018
- Hurriyati, Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta, 2015
- Jasfar, Farida, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005
- Khasanah, Afidatun, *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturraden, el-Tarbawi Jurnal Pendidikan Islam*, 2015
- Khuluqi, Muhammad Aziz, *Pengaruh Harga dan Lokasi Pendidikan Terhadap Minat Memilih Prodi Manajemen Pendidikan Islam di Pascasarjana UIN Walisongo Semarang*, Semarang:FITK UIN WALisongo, 2018
- Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta:Erlangga, 2008
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary , *Principles of Marketing*, England: Pearson Education, 2016
- Kotler, Phillip dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Terjemah: Benyamin Molan, Jilid I, Jakarta: Salemba Empat., 1999
- Hasanah, Fitriyatul, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat pemilihan Madrasah Tsanawiyah di Kecamatan Ngaliyan Semarang*, Semarang: FITK UIN Walisongo, 2018
- Lupiyoadi, Rambat dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2009
- Muhaimin, *Manajemen Pendidikan Aplikasinya Dalam Penyusunan Rencana Pengembangan Sekolah/Madrasah*, Bandung, Prenada Media, 2015

- Muhidin, Sambas Ali dan Maman Abdurrahman, *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur Dalam Penelitian*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2009
- Mundir, Abdillah, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah*, 2015
- Puspaningtyas, Meinarti, *Analisis Strategi Pemasaran Jasa*, Jurnal Dinamika Dotcom
- Rakhmanita, Ani, *Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Dan Sarana Terhadap Proses Keputusan Memilih Sekolah Pada Sekolah Alam Tangerang*, 2015
- Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2007
- Rizky NST, Muhammad Fakhru dan Yasin, Hanifa, *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan, Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2014
- Salman, Doaa, dkk, *A New Marketing Mix Model To Rescue The Hospitality Industry: Evidence From Egypt After The Arab Spring*, Spain: Institute of International Economics (IEU-UV), University of Valencia, 2017
- Sarwono, Jonathan, *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012
- Shaleh, Abd. Rahman, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2004
- Sunyoto, Danang, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*, Yogyakarta: CAPS, 2014
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2010

Waluyo, Sugeng Eko Yuli , *Analisa Pengaruh Lokasi, Biaya, dan Kualitas Pendidikan Terhadap Minat Siswa Memilih Sekolah SMA Muhammadiyah 2 Mojosari Di Mojokerto*, *Jurnal of Entrepreneurship and Economic Education Research*, 2018

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang SISDIKNAS

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 24 Tahun 2007

http://id.m.wikipedia.org/wiki/Madrasah_ibtidaiyah Diakses pada tanggal 13 Juni pukul 20.17 WIB.

<https://newspetropol.com/indonesia-pintar-wajib-belajar-12-tahun-gratis/> Diakses pada tanggal 1 Agustus 2019 pukul 08.47 WIB.

<https://www.rijal09.com/20166/03/pemerataan-pendidikan-di-indonesia.html?m=1> Diakses pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 18.50 WIB.

<https://yuridis.id/landasan-hukum-wajib-belajar-9-tahun/> Diakses pada tanggal 1 Agustus 2019 pukul 09.11 WIB.

<http://hp3342.wordpress.com/2018/05/26/dasar-hukum-wajib-belajar-12-tahun/> Diakses pada tanggal 1 Agustus 2019 pukul 09.28 WIB.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian

ANGKET PENELITIAN

Identitas Responden

Nama Wali murid : Mohch Soebkhan

Kelas : V

Petunjuk Pengisian

- a. Sebelum menjawab pertanyaan di bawah ini, isilah identitas responden terlebih dahulu, kerahasiaan atas pengisian angket ini sangat kami jaga.
- b. Bacalah pernyataan di bawah ini dengan teliti sebelum menjawab.
- c. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan memberi tanda check list () pada salah satu kolom yang sesuai dengan keadaan anda atau kondisi anda.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

SS : Sangat Setuju

1. Daftar Pernyataan Produk

No	Pernyataan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1.	Prestasi belajar MIN 2 baik dan sesuai dengan keinginan orang tua				✓
2.	MIN 2 memiliki tingkat kelulusan yang tinggi dan stabil				✓
3.	Siswa MIN 2 selalu mengikuti berbagai macam kegiatan kompetisi atau perlombaan				✓
4.	MIN 2 selalu mendapatkan penghargaan				✓
5.	Akreditasi MIN 2 sudah sangat baik				✓
6.	Penilaian masyarakat maupun orang tua siswa terhadap MIN 2 sangat baik				✓
7.	Lulusan MIN 2 dapat diterima ke jenjang				✓

	selanjutnya dengan mudah			✓	
8.	Lulusan MIN 2 memiliki kompetensi yang baik			✓	
9.	Lulusan MIN 2 memiliki pengetahuan agama yang baik				✓
10.	Lulusan MIN 2 menunjukkan sikap dan perilaku yang baik				✓
11.	MIN 2 memiliki berbagai macam program kegiatan pilihan				✓
12.	Program kegiatan pilihan MIN 2 sesuai dengan keinginan dan kebutuhan				✓
13.	MIN 2 memiliki variasi pilihan program kegiatan yang menarik				✓
14.	Siswa MIN 2 dapat memilih program kegiatan pilihan sesuai dengan bakat dan minatnya				✓
15.	Program kegiatan pilihan yang ditawarkan MIN 2 sangatlah bermutu				✓

2. Daftar Pernyataan Lokasi

No	Pernyataan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1.	Lokasi MIN 2 sangat strategis				✓
2.	Bangunan MIN 2 tampak jelas dari tepi jalan				✓
3.	Bangunan MIN 2 mudah dikenali				✓
4.	Akses jalan MIN 2 mudah dilalui kendaraan umum maupun pribadi				✓
5.	Jarak dari rumah ke MIN 2 cukup dekat			✓	
6.	MIN 2 memiliki lahan yang memadai				✓
7.	MIN 2 memiliki halaman parkir yang luas dan aman				✓
8.	MIN 2 memiliki lahan yang luas untuk mengembangkan madrasah				✓
9.	Kebersihan lingkungan MIN 2 sangat terjaga				✓

10.	Siswa merasa nyaman ketika berada di lingkungan madrasah			✓	
11.	Madrasah jauh dari kebisingan				✓
12.	Keamanan di lingkungan madrasah selalu terjaga				✓
13.	Kerapian lingkungan madrasah selalu diperhatikan dan dijaga				✓
14.	MIN 2 memiliki dukungan yang besar dari masyarakat sekitar				✓
15.	MIN 2 memiliki sarana dan prasarana yang memadai				✓

3. Daftar Pernyataan Sarana dan Prasarana

No	Pernyataan	Pilihan			
		STS	T S	S	SS
1.	Ruang kelas MIN 2 terdapat perabot yang lengkap diantaranya kursi dan meja siswa, kursi dan meja guru, lemari, rak hasil karya siswa dan papan pajang			✓	
2.	Ruang kelas MIN 2 terdapat peralatan pendidikan diantaranya adalah alat peraga			✓	
3.	Ruang kelas MIN 2 dilengkapi dengan media pendidikan diantaranya papan tulis			✓	
4.	Ruang kelas MIN 2 terdapat perlengkapan lain seperti tempat sampah, tempat cuci tangan, jam dinding dan soket listrik			✓	
5.	Ruang perpustakaan MIN 2 dilengkapi dengan berbagai jenis buku diantaranya buku teks pelajaran, buku panduan pendidik, buku referensi dan lain sebagainya			✓	
6.	Ruang perpustakaan MIN 2 terdapat perabot yang lengkap diantaranya rak buku, rak majalah, dan lain sebagainya			✓	
7.	Ruang perpustakaan MIN 2 terdapat media pendidikan diantaranya peralatan multimedia			✓	

8.	Ruang perpustakaan MIN 2 terdapat perlengkapan lain seperti buku inventaris, tempat sampah, dan lain sebagainya			✓	
9.	MIN 2 memiliki ruang laboratorium IPA yang dilengkapi dengan perabot diantaranya lemari			✓	
10.	MIN 2 memiliki ruang laboratorium IPA yang dilengkapi dengan peralatan pendidikan seperti model kerangka manusia, model tubuh manusia, dan lain sebagainya			✓	
11.	MIN 2 memiliki ruang kepala madrasah yang dilengkapi dengan perabot diantaranya kursi dan meja pimpinan, papan statistik, dan lain sebagainya			✓	
12.	MIN 2 memiliki ruang kepala madrasah yang dilengkapi dengan perlengkapan lain seperti simbol kenegaraan, dan lain sebagainya			✓	
13.	MIN 2 memiliki ruang guru yang dilengkapi dengan perabot diantaranya kursi dan meja guru, lemari, dan lain sebagainya			✓	
14.	MIN 2 memiliki ruang guru yang dilengkapi dengan perlengkapan lain seperti tempat sampah, dan lain sebagainya			✓	
15.	MIN 2 memiliki ruang mushola yang dilengkapi dengan perabot diantaranya lemari atau rak			✓	
16.	MIN 2 memiliki ruang mushola yang dilengkapi dengan perlengkapan lain seperti perlengkapan ibadah dan jam dinding			✓	
17.	MIN 2 memiliki ruang UKS yang dilengkapi dengan perabot diantaranya tempat tidur, lemari, dan lain sebagainya			✓	
18.	MIN 2 memiliki ruang UKS yang dilengkapi dengan perlengkapan lain diantaranya perlengkapan P3K, catatan kesehatan peserta didik			✓	

	dan lain sebagainya				
19.	MIN 2 memiliki jamban yang dilengkapi dengan perlengkapan lain seperti kloset jongkok, tempat air, dan lain sebagainya			✓	
20.	MIN 2 memiliki gudang yang dilengkapi dengan perabot diantaranya lemari dan rak			✓	
21.	MIN 2 memiliki ruang sirkulasi			✓	
22.	MIN 2 memiliki tempat bermain/berolahraga yang dilengkapi dengan peralatan pendidikan seperti tiang bendera, bendera, peralatan bola voli, dan lain sebagainya			✓	
23.	MIN 2 memiliki tempat bermain/berolahraga yang dilengkapi dengan perlengkapan lain seperti pengeras suara, dan tape recorder			✓	

4. Daftar Pernyataan Minat

No	Pernyataan	Pilihan			
		STS	TS	S	SS
1.	Orang tua memilih MIN 2 atas kehendak sendiri			✓	
2.	MIN 2 merupakan pilihan pertama orang tua saat memilih sekolah				✓
3.	Orang tua memilih MIN 2 karena tertarik terhadap program kegiatan yang ditawarkan				✓
4.	Orang tua memilih MIN 2 karena tertarik terhadap lokasi yang mudah dijangkau				✓
5.	Orang tua memilih MIN 2 karena tertarik terhadap sarana prasarana yang memadai			✓	
6.	Sebelum memilih MIN 2 orang tua mencari informasi mengenai program kegiatan yang ditawarkan			✓	
7.	Sebelum memilih MIN 2 orang tua mencari informasi mengenai lokasi			✓	

8.	Sebelum memilih MIN 2 orang tua mencari informasi mengenai suasana madrasah			✓	
9.	Sebelum memilih MIN 2 orang tua mencari informasi mengenai sarana prasarana			✓	
10.	Sebelum memilih MIN 2 orang tua mencari tahu tentang pengalaman-pengalaman alumni yang bersekolah di MIN ini			✓	
11.	Orang tua mereferensikan MIN 2 mengenai program kegiatan yang ditawarkan kepada kerabat				✓
12.	Orang tua mereferensikan MIN 2 mengenai lokasi yang mudah dijangkau kepada keluarga				✓
13.	Orang tua mereferensikan MIN 2 mengenai suasana madrasah yang kondusif kepada kerabat				✓
14.	Orang tua mereferensikan MIN 2 mengenai sarana prasarana yang memadai kepada keluarga				✓
15.	Orang tua mencari informasi sendiri tentang MIN dari berbagai media (internet, brosur, pamphlet)				✓

Lampiran 2 Uji Validitas

Uji Validitas produk X1 (Produk)

Correlations																
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	TOTALX1
X1.1 Pearson Correlation	1	.043	.660**	.312**	.035	.105	.620**	-.098	-.005	.396**	.584**	.520**	.201	.065	.067	.584**
Sig. (2-tailed)		.696	.000	.003	.750	.333	.000	.368	.747	.000	.000	.000	.062	.551	.536	.000
N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X1.2 Pearson Correlation	.043	1	.126	.531**	.290**	.117	-.107	.045	.139	.357**	.297**	.233*	.531**	.552**	.221*	.578**
Sig. (2-tailed)	.696		.246	.000	.006	.281	.326	.682	.198	.001	.005	.030	.000	.000	.040	.000
N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X1.3 Pearson Correlation	.660**	.126	1	.099	.046	.239*	.412**	.017	-.021	.056	.676**	.865**	.347**	.048	.238*	.617**
Sig. (2-tailed)	.000	.246		.359	.672	.026	.000	.875	.849	.609	.000	.000	.001	.658	.026	.000
N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X1.4 Pearson Correlation	.312**	.531**	.099	1	.155	-.009	.304**	.155	-.031	.558**	.113	.166	.675**	.485**	.246*	.645**
Sig. (2-tailed)	.003	.000	.359		.152	.931	.004	.152	.777	.000	.299	.124	.000	.000	.022	.000
N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X1.5 Pearson Correlation	.035	.290**	.046	.155	1	.327**	.003	.426**	-.218*	.445**	.076	-.043	.253*	.378**	.142	.453**
Sig. (2-tailed)	.750	.006	.672	.152		.002	.978	.000	.043	.000	.486	.694	.018	.000	.188	.000
N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X1.6 Pearson Correlation	.105	.117	.239*	-.009	.327**	1	.116	.046	-.144	.101	.204	.107	.084	.145	.354**	.342**
Sig. (2-tailed)	.333	.281	.026	.931	.002		.284	.671	.184	.354	.058	.324	.441	.181	.001	.001
N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X1.7 Pearson Correlation	.620**	-.107	.412**	.304**	.003	.116	1	.172	-.120	.382**	.274*	.301**	.157	-.028	.161	.491**
Sig. (2-tailed)	.000	.326	.000	.004	.978	.284		.111	.270	.000	.010	.005	.147	.798	.137	.001
N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X1.8 Pearson Correlation	-.098	.045	.017	.155	.426**	.046	.172	1	.010	.262*	.016	.160	.074	.201	.153	.377**
Sig. (2-tailed)	.368	.682	.875	.152	.000	.671	.111		.925	.014	.881	.138	.498	.061	.156	.000
N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X1.9 Pearson Correlation	-.035	.139	-.021	-.031	-.218*	-.144	-.120	.010	1	-.061	.063	.200	-.110	-.063	.151	.059
Sig. (2-tailed)	.747	.198	.849	.777	.043	.184	.270	.925		.572	.565	.064	.312	.563	.163	.587
N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X1.10 Pearson Correlation	.396**	.357**	.056	.558**	.445**	.101	.382**	.262*	-.061	1	.032	.026	.399**	.429**	.167	.618**
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.609	.000	.000	.354	.000	.014	.572		.765	.808	.000	.000	.122	.000
N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X1.11 Pearson Correlation	.584**	.297**	.676**	.113	.076	.204	.274*	.016	.063	.032	1	.646**	.123	.278**	.192	.588**
Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.299	.496	.058	.010	.881	.565	.765		.000	.257	.009	.074	.000
N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X1.12 Pearson Correlation	.520**	.233*	.865**	.166	-.043	.107	.301**	.160	.200	.026	.646**	1	.224*	.051	.359**	.616**
Sig. (2-tailed)	.000	.030	.000	.124	.694	.324	.005	.138	.064	.808	.000		.037	.636	.001	.000
N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X1.13 Pearson Correlation	.201	.531**	.347**	.675**	.253*	.084	.157	.074	-.110	.399**	.123	.224*	1	.467**	.181	.616**
Sig. (2-tailed)	.062	.000	.001	.000	.018	.441	.147	.498	.312	.000	.257	.037		.000	.093	.000
N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X1.14 Pearson Correlation	.065	.552**	.048	.485**	.378**	.145	-.028	.201	-.063	.429**	.278**	.051	.467**	1	.019	.544**
Sig. (2-tailed)	.551	.040	.658	.000	.000	.181	.798	.061	.563	.000	.009	.636	.000		.863	.000
N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X1.15 Pearson Correlation	.067	.221*	.238*	.246*	.142	.354**	.161	.153	.151	.167	.192	.359**	.181	.019	1	.458**
Sig. (2-tailed)	.536	.040	.026	.022	.189	.001	.137	.156	.163	.122	.074	.001	.093	.863		.000
N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
TOTALX1 Pearson Correlation	.584**	.578**	.617**	.645**	.453**	.342**	.491**	.377**	.059	.618**	.588**	.616**	.616**	.544**	.458**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.587	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Lokasi (X2)

		Correlations																	
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	TOTAL X2		
X2.1	Pearson Correlation	1	.206	-.034	.589*	-.007	-.032	.439*	.010	-.006	.701**	.121	-.102	.178	-.128	.171	.399**		
	Sig. (2-tailed)		.056	.757	.000	.950	.770	.000	.930	.958	.000	.266	.348	.099	.236	.113	.000		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87		
X2.2	Pearson Correlation	.206	1	.284**	.046	.081	.208	.187	-.072	.312**	.048	.231*	.367**	.075	.369**	.171	.454**		
	Sig. (2-tailed)	.056		.008	.671	.455	.054	.083	.510	.003	.658	.032	.000	.493	.000	.114	.000		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87		
X2.3	Pearson Correlation	-.034	.284**	1	.134	.289**	.094	.120	.177	.406**	.123	.330**	.357**	.473**	.361**	.155	.561**		
	Sig. (2-tailed)	.757	.008		.216	.007	.388	.270	.101	.000	.256	.002	.001	.000	.001	.153	.000		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87		
X2.4	Pearson Correlation	.589*	.046	.134	1	-.075	.032	.585**	.215*	.083	.630**	.176	-.047	.189	-.073	.150	.469**		
	Sig. (2-tailed)	.000	.671	.216		.488	.772	.000	.045	.442	.000	.103	.669	.079	.503	.165	.000		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87		
X2.5	Pearson Correlation	-.007	.081	.289**	-.075	1	.112	-.148	.244*	.317**	.030	.138	.060	.076	.062	.373**	.334**		
	Sig. (2-tailed)	.950	.455	.007	.488		.302	.172	.023	.003	.780	.201	.580	.485	.566	.000	.002		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87		
X2.6	Pearson Correlation	-.032	.208	.084	.032	.112	1	.288**	.147	.014	.112	.411**	.427**	-.070	.435*	.070	.403**		
	Sig. (2-tailed)	.770	.054	.388	.772	.302		.007	.174	.897	.302	.000	.000	.522	.000	.518	.000		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87		
X2.7	Pearson Correlation	.439*	.187	.120	.585**	-.148	.288**	1	.149	-.061	.585**	.122	.332**	.256*	.304**	.123	.552**		
	Sig. (2-tailed)	.000	.083	.270	.000	.172	.007		.168	.575	.000	.262	.002	.017	.004	.258	.000		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87		
X2.8	Pearson Correlation	.010	-.072	.177	.215*	.244*	.147	.149	1	.507**	.230*	.448**	.150	.392**	.151	.392**	.539**		
	Sig. (2-tailed)	.930	.510	.101	.045	.023	.174	.168		.000	.032	.000	.164	.000	.163	.000	.000		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87		
X2.9	Pearson Correlation	-.006	.312**	.406**	.083	.317**	.014	-.061	.507**	1	-.006	.325*	.362**	.249*	.360*	.531**	.577**		
	Sig. (2-tailed)	.958	.003	.000	.442	.003	.897	.575	.000		.956	.002	.001	.020	.001	.000	.000		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87		
X2.10	Pearson Correlation	.701**	.048	.123	.630**	.030	.112	.585**	.230*	-.006	1	.185	.094	.252*	.065	.273*	.558**		
	Sig. (2-tailed)	.000	.658	.256	.000	.780	.302	.000	.032	.956		.086	.389	.019	.547	.010	.000		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87		
X2.11	Pearson Correlation	.121	.231*	.330**	.176	.138	.411**	.122	.448**	.325*	.185	1	.241*	.128	.245*	.241*	.552**		
	Sig. (2-tailed)	.266	.032	.002	.103	.201	.000	.262	.000	.002	.086		.025	.237	.022	.024	.000		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87		
X2.12	Pearson Correlation	-.102	.367**	.357**	-.047	.060	.427**	.332**	.150	.362**	.094	.241*	1	.196	.967**	.214*	.600**		
	Sig. (2-tailed)	.348	.000	.001	.669	.580	.000	.002	.164	.001	.389	.025		.068	.000	.046	.000		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87		
X2.13	Pearson Correlation	.178	.075	.473**	.189	.076	-.070	.256*	.392**	.249*	.252*	.138	.196	1	.197	.290**	.521**		
	Sig. (2-tailed)	.099	.493	.000	.079	.485	.522	.017	.000	.020	.019	.237	.068		.067	.006	.000		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87		
X2.14	Pearson Correlation	-.128	.369**	.361**	-.073	.062	.435**	.304**	.151	.360**	.065	.245*	.967**	.197	1	.212*	.588**		
	Sig. (2-tailed)	.236	.000	.001	.503	.566	.000	.004	.163	.001	.547	.022	.000	.067		.049	.000		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87		
X2.15	Pearson Correlation	.171	.171	.155	.150	.373**	.070	.123	.392**	.531**	.273*	.241*	.214*	.290**	.212*	1	.582**		
	Sig. (2-tailed)	.113	.114	.153	.165	.000	.518	.258	.000	.000	.010	.024	.046	.006	.049		.000		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87		
TOTAL X2	Pearson Correlation	.399**	.454**	.561**	.469**	.334**	.403**	.552**	.539**	.577**	.558**	.600**	.600**	.521**	.588**	.582**	1		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87		

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Sarana Prasarana (X3)

[illegible]

**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Minat (Y)

		Correlations																
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	TOTALY	
Y1	Pearson Correlation	1	,037	,123	,354**	,162	,474**	,131	,085	,452**	,245*	,082	,332*	,138	,224*	,282*	,477*	
	Sig. (2-tailed)		,733	,256	,001	,133	,000	,227	,432	,000	,022	,450	,002	,202	,037	,008	,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	
Y2	Pearson Correlation	,037	1	,305**	-,029	,475**	,229*	,174	,250*	,050	,339**	,463**	,133	,180	-,018	,357**	,483**	
	Sig. (2-tailed)	,733		,004	,793	,000	,033	,106	,020	,643	,001	,000	,219	,096	,867	,001	,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	
Y3	Pearson Correlation	,123	,305**	1	,144	,351**	,186	,286**	,330**	,204	,300**	,330**	,269*	,358**	,199	,135	,562**	
	Sig. (2-tailed)	,256	,004		,183	,001	,085	,007	,002	,058	,005	,002	,012	,001	,064	,212	,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	
Y4	Pearson Correlation	,354**	-,029	,144	1	,068	,312**	,361**	,164	,301**	,323**	,253*	,293*	,240*	,400**	,077	,499*	
	Sig. (2-tailed)	,001	,793	,183		,534	,003	,001	,129	,005	,002	,018	,006	,025	,000	,479	,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	
Y5	Pearson Correlation	,162	,475**	,351**	,068	1	,054	,009	,401**	,350**	,310**	,204	,032	,301**	,282**	,551**	,560**	
	Sig. (2-tailed)	,133	,000	,001	,534		,616	,934	,000	,001	,003	,058	,772	,005	,008	,000	,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	
Y6	Pearson Correlation	,474**	,229*	,186	,312**	,054	1	,504**	,087	,445**	,165	,135	,771**	,166	,160	,204	,567**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,033	,085	,003	,616		,000	,425	,000	,127	,213	,000	,124	,138	,058	,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	
Y7	Pearson Correlation	,131	,085	,286**	,361**	,009	,504**	1	,228*	,082	,366**	,260*	,452**	,162	,321**	,148	,531**	
	Sig. (2-tailed)	,227	,432	,007	,001	,934	,000		,033	,452	,000	,015	,000	,135	,002	,171	,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	
Y8	Pearson Correlation	,085	,250*	,330**	,164	,401**	,087	,228*	1	,424**	,438**	,412*	,046	,310**	,575**	,573*	,648*	
	Sig. (2-tailed)	,432	,020	,002	,129	,000	,425	,033		,000	,000	,000	,672	,004	,000	,000	,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	
Y9	Pearson Correlation	,452**	,050	,204	,301**	,350**	,445**	,082	,424**	1	,095	,200	,305**	,226*	,643**	,562**	,636**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,643	,058	,005	,001	,000	,452	,000		,380	,064	,004	,036	,000	,000	,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	
Y10	Pearson Correlation	,245*	,339**	,300**	,323**	,310**	,165	,366**	,436**	,095	1	,409**	,035	,261*	,163	,217*	,564**	
	Sig. (2-tailed)	,022	,001	,005	,002	,003	,127	,000	,000	,380	,000		,000	,748	,015	,133	,043	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	
Y11	Pearson Correlation	,082	,463**	,330**	,253*	,204	,135	,260*	,412*	,200	,409**	1	,008	,451**	,369**	,198	,584**	
	Sig. (2-tailed)	,450	,000	,002	,018	,058	,213	,015	,000	,064	,000		,944	,000	,000	,067	,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	
Y12	Pearson Correlation	,332**	,133	,269*	,283**	,032	,771**	,452**	,046	,305**	,035	,008	1	,051	,000	,140	,445**	
	Sig. (2-tailed)	,002	,219	,012	,006	,772	,000	,000	,672	,004	,748	,944		,641	,1000	,195	,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	
Y13	Pearson Correlation	,138	,180	,358**	,240*	,301**	,166	,162	,310**	,226*	,261*	,451**	,051	1	,380**	,148	,539**	
	Sig. (2-tailed)	,202	,096	,001	,025	,005	,124	,135	,004	,036	,015	,000	,641		,000	,170	,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	
Y14	Pearson Correlation	,224*	-,018	,199	,400**	,282**	,160	,321**	,575**	,643**	,163	,369**	,000	,380**	1	,386**	,612**	
	Sig. (2-tailed)	,037	,867	,064	,000	,008	,138	,002	,000	,000	,133	,000	,1000	,000		,000	,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	
Y15	Pearson Correlation	,282**	,357**	,135	,077	,551**	,204	,148	,573*	,562**	,217*	,198	,140	,148	,386**	1	,603*	
	Sig. (2-tailed)	,008	,001	,212	,479	,000	,058	,171	,000	,000	,043	,067	,195	,170	,000		,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	
TOTALY	Pearson Correlation	,477**	,483**	,562**	,499*	,560**	,567**	,531**	,648**	,636**	,564**	,584**	,445**	,539**	,612**	,603**	1	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 3 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,799	15

Uji Reliabilitas Lokasi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,800	15

Uji Reliabilitas Sarana Prasarana (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,864	23

Uji Reliabilitas Minat (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,839	15

Lampiran 4 Surat Ijin Riset



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Jalan Prof. Hamka Km.2 Semarang 50185
Telepon 024-7601295, Faksimile 024-7615387
www.walisongo.ac.id

Nomor: B - 6514/Un.10.3/D.1/TL.00./10/2019

23 Oktober 2019

Lamp : -

Hal : Mohon Izin Riset

a.n. : Nanik Mulyani

NIM : 1503036024

Kepada Yth.

Kepala MIN 2 Kendal

di Kendal

Assalamu'alaikum Wr.Wb.,

Diberitahukan dengan hormat dalam rangka penulisan skripsi, atas nama mahasiswa :

Nama : Nanik Mulyani

NIM : 1503036024

Alamat : Tosari RT 02/RW 03 Brangsong Kendal

Judul skripsi : **Pengaruh Strategi Pemasaran Produk, Lokasi, dan Sarana Prasarana Terhadap Minat Orang Tua di MIN 2 Kendal**

Pembimbing : 1. Dr. Fahrurrozi, M.Ag.

2. Prof. Dr. Fatah Syukur, M.Ag.

Sehubungan dengan hal tersebut mohon kiranya yang bersangkutan di berikan izin riset dan dukungan data dengan tema/judul skripsi sebagaimana tersebut diatas selama 30 hari, mulai tanggal 25 Oktober 2019 sampai dengan tanggal 25 November 2019

Demikian atas perhatian dan terkabulnya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Tembusan :

Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang (sebagai laporan)

Lampiran 5 Surat Keterangan Riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

KANTOR KEMENTERIAN AGAMA KABUPATEN KENDAL

MADRASAH IBTIDAIYAH NEGERI 2 KENDAL

Jalan Islamic Centre Bugangin Telp. (0294) 388807 Kendal 51314

e-mail : minbugangin@gmail.com

SURAT KETERANGAN SELESAI OBSERVASI

Nomor : 068 /Mi.11.94/PP.00/12/2019

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nur Mukidin, M.Pd.I
Jabatan : Kepala MI Negeri 2 Kendal
Unit kerja : MI Negeri 2 Kendal

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Nanik Mulyani
NIM : 1503036024
Alamat : Ds. Tosari RT. 02 RW. 03 Brangsong Kendal
Universitas : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
Fakultas : Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Judul Penelitian : Pengaruh Strategi Pemasaran Produk, Lokasi dan Sarana
Prasarana Terhadap Minat Orang Tua di MIN 2 Kendal

Bahwa Mahasiswa tersebut telah benar-benar melakukan penelitian sebagaimana judul skripsinya mulai tanggal 25 Oktober 2019 sampai dengan 25 November 2019.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Kendal, 2 Desember 2019
Kepala MIN 2 Kendal

Nur Mukidin, M.Pd.I
19760520 200501 1 005



Lampiran 6 Surat Penunjukkan Dosen Pembimbing



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus II Ngaliyan Telp. 7601295 Fax. 7615387 Semarang 50185

Nomor : B-5237/Un.10.3/J3/PP.009/11/2018 Semarang, 16 November 2018
Lampiran : -
Perihal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth.

Dr. Fahrurrozi, M.Ag.

Prof. Dr. Fatah Syukur, M.Ag.

Di Semarang

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan hasil pembahasan usulan judul Penelitian di Jurusan Manajemen Pendidikan Islam (MPI), maka Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan menyetujui judul Skripsi Mahasiswa :

Nama : Nanik Mulyani

NIM : 1503036024

Judul : **Pengaruh Strategi Pemasaran Produk, Tempat, dan Sarana Prasarana Terhadap Minat Orang Tua di MIN 02 Kendal.**

Dan menunjuk :

1. Pembimbing I : **Dr. Fahrurrozi, M.Ag.**

2. Pembimbing II : **Prof. Dr. Fatah Syukur, M.Ag.**

Demikian penunjukan pembimbing Skripsi ini disampaikan, dan atas kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.



NIP. 19770816 200501 1 033

Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Walisongo Semarang
2. Mahasiswa yang bersangkutan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Nanik Mulyani
2. NIM : 1503036024
3. Tempat, Tgl Lahir : Kendal, 14 Mei 1997
4. Agama : Islam
5. Alamat : Desa Tosari RT 02 RW 03 Kec.
Brangsong, Kab. Kendal
6. Nomor Handphone : 089671136801
7. Email : Nanikmulyani937@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

- | | |
|------------------------------------|-------------|
| TK 09 Tunas Mekar Candiroto Kendal | : 2002-2003 |
| SDN 1 Candiroto Kendal | : 2003-2009 |
| MTs N Kendal | : 2009-2012 |
| MAN Kendal | : 2012-2015 |